


## Incivilidad en Facebook durante el 8M: comentarios en publicaciones de cinco medios hispanohablantes


**Rafael Alexis Robles Olivos**

Universidad de San Martín de Porres (Lima, Perú) ✉ 

**Daniel Jacobo Morales**

Universidad San Ignacio de Loyola (Lima, Perú) ✉ 

**Javier Ernesto García Wong Kit**

Universidad Privada del Norte (Lima, Perú) ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.106885>

Recibido: 7 de enero de 2026 / Aceptado: 3 de marzo de 2026

**Resumen.** Este estudio analiza la incivilidad presente en los comentarios de usuarios de Facebook realizados en las publicaciones de los cinco medios hispanohablantes con la mayor reputación digital —*El País* (España), *El Mundo* (España), *El Comercio* (Perú), *ABC* (España) y *La Nación* (Argentina)— durante la cobertura del Día Internacional de la Mujer (8M) entre 2021 y 2025. A partir de un análisis de contenido mixto aplicado a 550 comentarios/respuestas seleccionados por volumen de interacción (110 contenidos textuales por cada medio), la investigación clasifica los niveles y tipos de conductas inciviles según tipologías de Rosenberg (2018) y Bentivegna y Rega (2024). Los resultados obtenidos muestran que la hostilidad verbal está extendida en todos los medios de comunicación estudiados, con predominio de la incivilidad alta y moderada, caracterizada por un lenguaje vulgar, descalificaciones identitarias, sarcasmo y refuerzo mutuo entre usuarios. Asimismo, la interacción agresiva se manifestó tanto hacia personajes mencionados en las noticias como hacia otros usuarios, con expresiones discriminatorias dirigidas frecuentemente a mujeres, minorías sexuales o colectivos ideológicos. El estudio, por tanto, confirma patrones descritos en la literatura previa, incluyendo el efecto defensivo, la polarización, la impunidad que propicia el anonimato y la degradación del debate en contextos de discusión política. Finalmente, se plantea la necesidad de ampliar el análisis a otras plataformas y explorar el papel de las interacciones no textuales en la construcción del clima deliberativo digital.

**Palabras clave.** Incivilidad, medios de comunicación, redes sociales, desinformación, *flaming*.

### <sup>EN</sup> Incivility on Facebook during 8M: comments on posts by five Spanish-language media outlets

**Abstract.** The present study analyzes the incivility present in Facebook user comments made on the posts of five Spanish-speaking media outlets with the highest digital reputation – *El País* (Spain), *El Mundo* (Spain), *El Comercio* (Peru), *ABC* (Spain), and *La Nación* (Argentina) – during the coverage of International Women’s Day (8M) between 2021 and 2025. Based on a mixed content analysis applied to 550 comments/responses selected by volume of interaction (110 textual contents for each medium), the research classifies the levels and types of uncivil behavior according to typologies by Rosenberg (2018) and Bentivegna and Rega (2024). The results obtained show that verbal hostility is widespread across all studied media outlets, with a predominance of high and moderate incivility, characterized by vulgar language, identity-based name-calling/disqualification, sarcasm, and mutual reinforcement among users. Likewise, aggressive interaction was manifested towards both figures mentioned in the news and other users, with discriminatory expressions frequently directed at women, sexual minorities, or ideological groups. The study, therefore, confirms patterns described in previous literature, including the defensive effect, polarization, the impunity fostered by anonymity, and the degradation of debate in contexts of political discussion. Finally, the need to extend the analysis to other platforms and explore the role of non-textual interactions in the construction of the digital deliberative climate is raised.

**Keywords.** Incivility, media, social networks, disinformation, flaming

**Cómo citar:** Robles-Olivos, R., Jacobo-Morales, D. y García-Wong Kit, J. (2026). Incivilidad en Facebook durante el 8M: comentarios en publicaciones de cinco medios hispanohablantes. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(2), 269–281. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.106885>

## 1. Introducción

En el contexto de la creciente digitalización de la información, las redes sociales han adquirido un papel central en la difusión de noticias y en la configuración del debate público. Plataformas como Facebook han permitido a los medios de comunicación interactuar con sus audiencias en tiempo real, amplificando la visibilidad de los acontecimientos y facilitando la participación ciudadana. Sin embargo, este entorno también ha propiciado fenómenos como la polarización, la incivilidad y la propagación de desinformación, especialmente en momentos de crisis social.

El fenómeno de la incivilidad se define como el empleo de un lenguaje provocativo y vulgar dirigido hacia otra persona, con la intención de suscitar en ella una reacción molesta o enojada (Aiken y Waller, 2000). Andersson y Pearson (1999) la definen como el conjunto de conductas negativas de baja intensidad con la intención ambigua de lastimar a la persona que las recibe, en violación de las normas de respeto mutuo. Por tanto, las conductas inciviles son generalmente rudas y descorteses y muestran un bajo nivel de respeto. Este fenómeno se caracteriza en su mayoría por el uso de términos o expresiones groseras (Hutchens *et al.*, 2014) y es crucial distinguirlo de la descortesía. Esta diferenciación se fundamenta en que las interacciones inciviles buscan transgredir las libertades personales y colectivas, vulnerando las normas democráticas; mientras que la descortesía implica una falta de consideración en la forma de comunicarse (Rosenberg, 2018).

En el marco de la comunicación digital, Chen y Lu (2017) definen a la incivilidad como un fenómeno que va desde la descortesía, las expresiones negativas y las ofensas al interlocutor, hasta alcanzar niveles propios de discurso de odio. Al contener características de interactividad, para que un comentario en redes sociales se considere incivil debe contener al menos un insulto, una blasfemia y/o un estereotipo con términos homófobos, racistas, sexistas o xenófobos, que pueden incitar mensajes de odio hacia personas o grupos sociales desfavorecidos, como los inmigrantes, las minorías sexuales y las mujeres (Wilhelm y Joeckel, 2019).

Lovink (2019) describe la rabia y la hostilidad que predominan en las interacciones en línea como una característica inherente a la dinámica de las redes sociales. Por ello, la incivilidad no debe considerarse un fenómeno aislado, sino una condición recurrente que refleja la naturaleza de las interacciones digitales modernas. Los comentarios inciviles en los medios sociales enfervorizan las participaciones y los mensajes, especialmente en temas públicos (Rosenberg, 2018), creando espacios y espectros polarizados de opiniones que interrumpen las tradiciones colectivas de democracia, como son el debate y la conversación para la búsqueda de consenso (Pacharissi, 2015).

En ese sentido, las dinámicas inciviles en las redes sociales representan un fenómeno que preocupa tanto a académicos como a profesionales de la comunicación, porque se trata de una interacción que busca transgredir las libertades individuales y colectivas, vulnerando así las normas democráticas.

## 2. Marco teórico

Entre las formas más evidentes de incivilidad, el uso de lenguaje vulgar, también conocido como garabatos, emerge como una manifestación prominente en las interacciones, debido a su expresión explícita de agresividad y sus posibles consecuencias. Hutchens *et al.* (2014) y Kwon y Cho (2017) identifican este tipo de lenguaje grosero como un indicador claro de comportamiento hostil en las plataformas digitales. Los garabatos, que expresan descontento, también buscan provocar una reacción negativa en otros usuarios. En este comportamiento se enmarca el fenómeno del *flaming*, que se define como el uso intencional de un lenguaje provocador para incitar respuestas conflictivas o negativas (Aiken y Waller, 2000). De esta forma, el *flaming* —término de la investigación en *computer-mediated communication* (CMC) para describir interacciones hostiles en entornos digitales— se convierte en una estrategia para destacar en el debate y atraer atención, pero a menudo sacrifica la calidad del diálogo y el respeto.

En redes sociales como Facebook, la interacción agresiva puede encontrar su origen en la intensa participación de los usuarios en contextos políticos o de polarización. El estudio *Engaging News Project* (llevado a cabo en Estados Unidos por Stroud *et al.* (2016)) evidenció que la mayoría de los encuestados (55 %) habían realizado al menos un comentario, mientras que un 77,9% había leído más de uno. Asimismo, este estudio sobre comentarios en línea reveló que la mayoría de los comentaristas (56 %) expresaban un punto de vista o una emoción, particularmente cuando el tema de discusión versaba sobre política estadounidense (Stroud *et al.*, 2016).

Estos hallazgos se entrelazan con los resultados obtenidos por Duggan y Smith (2016), que indica que casi dos tercios de los usuarios de redes sociales consideran estresante y frustrante entablar conversaciones políticas en línea con personas que tienen opiniones divergentes.

Particularmente, se ha observado que las secciones de política, economía y deporte publicadas por los medios en redes sociales como Facebook atraen una atención considerable y, al mismo tiempo, generan los niveles más altos de agresividad en los comentarios de los usuarios (Coe *et al.*, 2014; Muddiman y Stroud, 2017). La controvertida naturaleza de estos temas fomenta debates intensos, en los cuales los usuarios frecuentemente recurren a interacciones inciviles para expresar desacuerdo o desafiar opiniones opuestas. Este ambiente cargado emocionalmente crea un contexto en el que la hostilidad puede escalar rápidamente, deteriorando la calidad de las interacciones y el debate. La alta tensión y el enfrentamiento facilitan el aumento de dinámicas inciviles, afectando negativamente la naturaleza constructiva de las discusiones en línea y, en consecuencia, en la deliberación pública en estas plataformas digitales.

En el contexto de la denominada cuarta ola del feminismo —con especial intensidad a partir de 2018 en el ámbito español, aunque con claras resonancias transnacionales— las redes sociales se han consolidado como espacios centrales de visibilización y articulación del activismo feminista, pero también

como escenarios privilegiados de contrarreacción antifeminista y violencia simbólica. Investigaciones recientes muestran que estas plataformas operan como un «arma de doble filo»: si bien amplifican las demandas por la igualdad de género, simultáneamente facilitan la circulación de mensajes misóginos y la organización de comunidades antifeministas asociadas a la denominada machosfera. Esta dinámica incrementa la polarización y expone a mujeres defensoras de la igualdad a formas sistemáticas de hostigamiento digital que restringen su participación y reproducen lógicas de opresión algorítmica, lo que subraya la necesidad de políticas digitales inclusivas orientadas a contrarrestar la violencia de género en línea (Asensi-Rodríguez y Martínez-Rolán, 2024).

La evidencia empírica sobre casos concretos en España confirma la intensidad de estos ataques. El análisis de la conversación digital en Twitter en torno a la entonces ministra de Igualdad Irene Montero revela una viralización casi equivalente de discursos de odio y mensajes de apoyo, con predominio de estrategias de descrédito y cuestionamiento político-económico dirigidas a erosionar su legitimidad pública (Sánchez-Meza *et al.*, 2023). De forma complementaria, estudios sobre campañas antifeministas impulsadas por la ultraderecha muestran la articulación de redes discursivas que asocian el feminismo con etiquetas como «radical» o «violento», capitalizan coyunturas de crisis y movilizan emociones negativas para promover desinformación y discursos de odio contra mujeres afines a esta agenda (Lacalle *et al.*, 2023). Estos hallazgos sitúan los ataques al feminismo dentro de un ecosistema comunicativo caracterizado por la violencia simbólica y el hostigamiento en línea, con implicaciones directas para la calidad de la deliberación pública en entornos digitales.

Aunque los efectos negativos de las dinámicas hostiles, como la disminución de la confianza en la política y la creación de espacios para opiniones irrelevantes y despreciables, están bien documentados (Mutz y Reeves, 2005; Ruiz *et al.*, 2010), también se observa que la incivildad puede provocar un mayor compromiso de los usuarios. La capacidad de atraer atención y generar una respuesta emocional intensa contribuye a un mayor volumen de participación en debates acalorados y polarizados (Borah, 2014; Kenski *et al.*, 2017; Muddiman y Stroud, 2017). Las opiniones expuestas a ataques por parte de otros usuarios pueden desencadenar comentarios incivilizados (Hutchens *et al.*, 2014). A pesar de que la incivildad carece de sustancia y resulta innecesaria en el contexto de la discusión (Coe *et al.*, 2014), en ocasiones basta con una mínima muestra de esta actitud agresiva para engendrar cogniciones hostiles (Rösner *et al.*, 2016).

La incivildad, que surge en tales contextos, también fomenta una mayor participación política, a menudo como una reacción defensiva (Chen y Lu, 2017). Este fenómeno, en el que la incivildad genera más incivildad, ha sido documentado por Hutchens *et al.* (2014), quienes señalan que el agravio en el debate en línea tiende a perpetuarse a medida que los usuarios responden con agresividad, convirtiéndose en un círculo vicioso. En cuanto al efecto defensivo, los usuarios, al sentirse atacados o provocados, tienden

a responder con comentarios inciviles, lo que puede llevar a una escalada en la intensidad del debate.

Se ha constatado que la comunicación confrontativa impulsa la participación y aumenta la cantidad de comentarios en las redes sociales, lo que supera ampliamente a los comentarios civilizados o corteses (Kenski *et al.*, 2017; Muddiman y Stroud, 2017) y crea un entorno menos saludable en los debates e intercambios de información en estas plataformas.

Las causas subyacentes de la incivildad en las redes sociales son multifacéticas y están intrínsecamente vinculadas a las características distintivas del entorno digital. Uno de los factores más significativos que facilita la manifestación de opiniones extremas y comportamientos inciviles es el anonimato que proporcionan estas plataformas. La capacidad de interactuar sin revelar la identidad permite a los usuarios involucrarse en comportamientos inciviles, como el *flaming*, con un menor riesgo de enfrentar repercusiones personales. Este fenómeno ha sido extensamente documentado por Graf *et al.* (2017) y por Lapidot-Lefler y Barak (2012), quienes han demostrado que el anonimato facilita la proliferación de comentarios agresivos y provocativos. Al operar en un entorno donde la identidad permanece oculta, los usuarios se sienten liberados de las restricciones sociales y profesionales que normalmente limitarían su comportamiento en contextos más públicos o identificables. Este ambiente anónimo favorece la manifestación de actitudes hostiles, además de contribuir a un ciclo de incivildad, donde la falta de consecuencias inmediatas para los comportamientos extremos alimenta una mayor escalada de confrontación en las interacciones en línea. Así, el anonimato juega un papel crucial en la exacerbación de los comportamientos inciviles, alterando las dinámicas de interacción y afectando negativamente la calidad del debate en las redes sociales.

La presencia de bots y cuentas falsas en las redes sociales amplifica significativamente el efecto del anonimato al difundir noticias falsas y comentarios cargados de odio. Según Han (2022), estos bots, al simular ser usuarios reales, tienen la capacidad de alterar de manera significativa el clima de opinión y distorsionar los debates políticos. Al operar bajo la apariencia de usuarios auténticos, los bots pueden infiltrar discusiones y promover agendas específicas, lo que genera una voz masiva que no refleja necesariamente la diversidad de opiniones de los ciudadanos reales. Esta influencia artificial no solo distorsiona el contenido del debate, sino que también modifica drásticamente la percepción pública sobre temas cruciales, exacerbando la polarización y la hostilidad en las interacciones en línea.

A pesar de los problemas asociados con el anonimato y la automatización, anteriormente expuestos, Papacharissi (2004) argumenta que el anonimato también puede permitir una expresión más honesta y emocional por parte de los usuarios. Hay que recordar que las redes sociales, en un entorno normal, suelen exigir una identificación de los participantes en el diálogo a través de nombres, apellidos e incluso una fotografía que permita reconocerlos. Con el anonimato, esta identificación y, por tanto, el riesgo de ser reconocidos en la vida virtual y analógica pierden sentido. Esta capacidad de manifestar sentimientos de manera más auténtica, a través del no-reco-

nocimiento, puede proporcionar una visión más fiel de los sentimientos y opiniones de los usuarios, a pesar de los desafíos que presenta el entorno digital.

El discurso incivil en las redes sociales es multifacético y puede adoptar diversos encuadres discursivos, como han documentado los estudios (Chen, 2017a; Sobieraj y Berry, 2011). En esta línea, existen perspectivas clasificatorias que deben ser tomadas en cuenta. Bentivegna y Rega (2024) han categorizado los tipos de incivildad en discursiva cuando se refiere a la falta de reciprocidad comunicativa (Bormann *et al.*, 2022; Hopp, 2019; Stryker *et al.*, 2016); vulgar cuando se usa lenguaje soez (Coe *et al.*, 2014; Kenski *et al.*, 2017; Massaro y Stryker, 2012) contra los oponentes; informativa, que implica la difusión de noticias falsas o inexactas para reforzar la propia posición, el uso de engaño persuasivo o la calumnia (Hopp, 2019; Kenski *et al.*, 2017; Stryker *et al.*, 2016); violenta, que implica el uso de violencia física durante un debate en espacios institucionales o la amenaza de usar la fuerza contra personas con las que se está en desacuerdo (Bormann *et al.*, 2022); y discriminatoria, cuando se refiere a la estigmatización de personas o grupos (inmigrantes, LGBTQ+, minorías religiosas, etc.) y el uso de epítetos racistas, sexistas o religiosos (Papacharissi, 2004; Rossini, 2019, 2020).

A su vez, Rosenberg (2018) clasifica el nivel de incivildad en una participación textual como alto, moderado y nulo. El nivel alto se caracteriza por el uso de insultos, lenguaje ofensivo, amenazas o ataques directos hacia individuos o grupos, con el objetivo de causar daño o provocar confrontación. En un nivel moderado, los comentarios pueden no contener insultos explícitos, pero incluyen un tono sarcástico, despectivo o pasivo-agresivo, donde se expresan críticas de forma indirecta o mediante burlas. Finalmente, el nivel nulo corresponde a aquellos comentarios respetuosos, argumentativos o neutrales, que no contienen elementos ofensivos ni agresivos y se enfocan en el intercambio racional de ideas.

Asimismo, es preciso acotar que las dinámicas inciviles se pueden observar entre usuarios de una misma plataforma; así como entre los usuarios y la información compartida. Por último, se puede evidenciar incivildad en las interacciones entre los usuarios y el medio de comunicación que emite la publicación.

Para comprender mejor las dinámicas del intercambio discursivo en entornos digitales, Rowe (2015) ofrece un análisis detallado sobre cómo la calidad de la deliberación varía entre los portales de noticias en línea y sus redes sociales asociadas. Su estudio revela que, aunque ambos tipos de plataformas están diseñados para fomentar la deliberación, la naturaleza y profundidad del debate pueden diferir considerablemente. Mientras los portales de noticias en línea tienden a mantener un nivel más alto de calidad deliberativa, caracterizado por un intercambio de opiniones más estructurado y fundamentado, las redes sociales pueden presentar una deliberación menos profunda y más propensa a la hostilidad entre los participantes.

En este escenario, la literatura reciente subraya que la expansión de los espacios participativos en entornos digitales ha reforzado la responsabilidad

de los medios de comunicación como productores de contenidos y como gestores de las interacciones que se desarrollan en sus plataformas. La transición de las tradicionales cartas al editor hacia sistemas de comentarios en línea ha institucionalizado formas de retroalimentación inmediata que reconfiguran la relación entre medios y audiencias (Craft *et al.*, 2015). Esta transformación amplía el alcance de la participación pública en los entornos digitales y sitúa a los comentarios de los usuarios en páginas web y redes sociales como una extensión estructural de la esfera deliberativa asociada a los medios.

En paralelo, la existencia de estos espacios participativos se articula con la implementación de políticas de moderación más o menos estrictas, cuyo propósito es regular la conversación y permitir la rectificación o eliminación de intervenciones que no se ajusten a la línea editorial del medio (Cardon, 2016). Desde esta perspectiva, la moderación de comentarios se configura como una función editorial vinculada a la ética profesional y a la gobernanza de los espacios digitales. A ello se suma el papel emergente de tecnologías como la inteligencia artificial y la gestión masiva de datos en los ecosistemas del periodismo digital. Estas herramientas pueden asistir en tareas de documentación, redacción y filtrado de grandes volúmenes de información —incluida la moderación—, siempre que se integren dentro de estrategias editoriales críticas. La literatura advierte que la adopción tecnológica no debe asumirse de forma determinista como sinónimo de calidad, sino que requiere el desarrollo de competencias profesionales para mitigar riesgos como la vigilancia en red o los sesgos informativos, e incorporen buenas prácticas que sitúen la responsabilidad editorial en el centro de la gestión de contenidos digitales (Calvo *et al.*, 2024).

La variabilidad observada en la calidad del debate sugiere que, a pesar de los problemas asociados con la descalificación verbal y los desafíos inherentes al entorno digital, emergen oportunidades significativas para mejorar la deliberación y el intercambio de ideas. Para fomentar un diálogo más constructivo y respetuoso en las redes sociales, es crucial dedicar una atención específica a las dinámicas de la deliberación dentro de estas plataformas y aplicar estrategias que mitiguen los efectos adversos de la incivildad, lo que implica también reconocer y asumir la responsabilidad de los medios de comunicación en el diseño, moderación y promoción de entornos que favorezcan intercambios más reflexivos y respetuosos.

### 3. Objetivos y metodología

De esta forma, y considerando lo anterior, esta investigación plantea la pregunta general: ¿Cómo se manifestó la incivildad en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M? Y cuenta con las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cómo se manifestó la incivildad alta en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M?

- ¿Cómo se manifestó la incivildad moderada en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M?
- ¿Cómo se manifestó la incivildad nula en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M?
- El objetivo general de este estudio es describir la incivildad en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M. Los objetivos específicos son:
  - Categorizar la incivildad alta en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M.
  - Describir la incivildad moderada en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M.
  - Representar la incivildad nula en el Facebook de *El País*, *El Mundo*, *El Comercio*, *ABC* y *La Nación* durante la cobertura del 8M.

Esta investigación se basó en un análisis de contenido mixto —cuantitativo y cualitativo— de los comentarios publicados en la red social Facebook sobre noticias relacionadas con el Día Internacional de la Mujer (8M), entre los años 2021 y 2025. Para la selección de medios, se tomó como referencia el SCImago Media Rankings (Bajaña-Cedeño, 2024), que jerarquiza los medios de comunicación más relevantes del ámbito hispanohablante. De este listado se eligieron a los cinco diarios generalistas con mayor nivel de reputación en internet: *El País* (España), *El Mundo* (España), *El Comercio* (Perú), *ABC* (España) y *La Nación* (Argentina). Esta selección contribuye a analizar distintas realidades mediáticas y sociales en el espacio hispanohablante.

Se revisaron las publicaciones de estos medios en Facebook durante los años 2021 a 2025, específicamente del 6 al 10 de marzo de cada año, periodo que incluye la conmemoración del 8M y permite capturar la conversación digital más activa en torno a esta fecha. En términos acumulados, *El País* (58 publicaciones) y *El Mundo* (57) fueron los medios que dedicaron mayor cobertura al 8M en Facebook durante el periodo analizado, seguidos por *La Nación* (30), *El Comercio* (29) y *ABC* (27).

De las publicaciones identificadas como vinculadas al 8M, se recopilaron los comentarios emitidos por los usuarios y se seleccionaron los diez comentarios con mayor número de interacciones, entendidas como respuestas. A partir de cada uno de estos comentarios, se tomaron las diez respuestas con mayor número de interacciones. En conjunto, el corpus estuvo conformado por 110 contenidos textuales por cada medio (10 comentarios principales y las 100 respuestas), lo que dio un total de 550 textos para el análisis.

El análisis se centró en identificar y clasificar la incivildad presente en los comentarios. Para determinar el nivel de estos comportamientos inciviles, se tomó como referencia la tipología propuesta por Rosenberg (2018), que incluyó la adaptación de la categoría de incivildad vulgar, que en esta investigación considera también expresiones soeces, agresivas o groseras, reflejando las formas de comunicación propias del entorno digital.

Cabe precisar que se eligió Facebook como espacio de análisis debido a su relevancia actual para

el consumo y la interacción con noticias, pues continúa siendo una de las plataformas principales a través de las cuales los usuarios acceden y comentan información periodística (Newman, 2025).

El tratamiento de los datos combinó un enfoque mixto. Desde el enfoque cuantitativo, se calcularon cifras relativas al número de publicaciones dedicadas al 8M, se cuantificó la cantidad de respuestas obtenidas por los comentarios seleccionados y se analizó la presencia de incivildad en los comentarios, al tiempo que se consideraron sus niveles y categorías. Asimismo, se realizaron comparativos entre los medios para evaluar cómo estas dinámicas variaban según el contexto mediático y social de cada país.

Desde el enfoque cualitativo, se examinó en profundidad el contenido textual de los comentarios y respuestas para comprender cómo se manifestaba la incivildad en los intercambios discursivos; para ello, se atendió a los tonos, recursos lingüísticos y dinámicas interaccionales presentes en las conversaciones de Facebook. Este análisis integrado permitió medir la incidencia de la incivildad y, además, interpretar su sentido y función en el marco del debate social sobre el feminismo y la igualdad de género, donde se consideraron las particularidades de cada medio y su público.

La investigación cuenta con limitaciones propias de abarcar una temática, casuística y temporalidad en la investigación. En ese sentido, se estableció una restricción del análisis a una única plataforma (Facebook), en el periodo temporal (del 6 y al 10 de marzo) en los años establecidos (el 2021 al 2025), al tratarse del periodo con la mayor posibilidad de publicación sobre el tema en los medios seleccionados. Asimismo, se evidenció una desigualdad en el volumen de publicaciones por medio y por año, que no impidió la profundidad en el análisis de los resultados. En ese sentido, la propuesta de investigación queda registrada para ser considerada por futuros investigadores en intentos por ampliar el corpus temático utilizando la metodología y marco de referencia establecidos en el manuscrito.

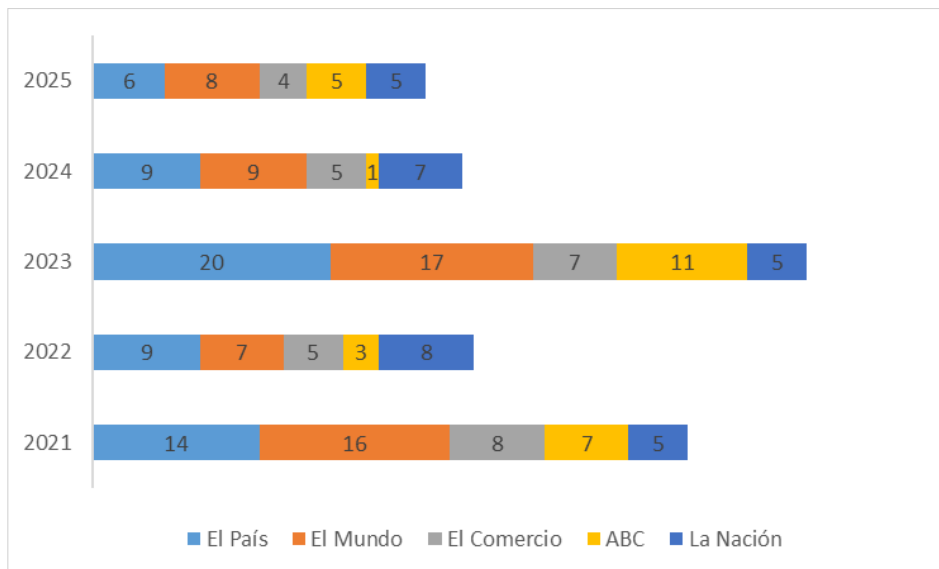
#### 4. Resultados

El análisis de las publicaciones vinculadas al 8M entre 2021 y 2025 muestra diferencias tanto entre medios como entre los espacios temporales. El año 2023 marcó el punto de mayor actividad mediática sobre el 8M en casi todos los medios analizados (véase la Figura 1). *El País* alcanzó 20 publicaciones, mientras que *El Mundo* registró 17 y *ABC* 11, lo que consolidó 2023 como el periodo de mayor visibilidad digital en la conversación noticiosa de Facebook. Este incremento contrasta con una posterior reducción de publicaciones en 2024 y 2025, tendencia especialmente notoria en los medios españoles. En *El País*, la cobertura descendió de 20 publicaciones en 2023 a nueve en 2024 y seis en 2025; una disminución similar se observa en *El Mundo*, que pasó de 17 publicaciones en 2023 a nueve en 2024 y ocho en 2025. En el caso de *ABC*, si bien 2023 fue también su año más activo (11 publicaciones), en 2024 alcanzó su mínimo histórico en la serie, con solo una publicación relacionada al 8M, antes de aumentar a cinco en 2025.

Los medios latinoamericanos mostraron un comportamiento distinto. *El Comercio* mantuvo niveles reducidos de cobertura a lo largo del periodo, con ocho publicaciones en 2021 como su mayor registro, y sin superar las siete publicaciones en los años restantes. *La Nación*, por su parte, evidenció la mayor estabilidad en la serie temporal: aunque no alcanzó picos comparables a los de la prensa española, sostuvo una presencia relativamente constante, oscilando entre cinco y ocho publicaciones por año, sin presentar caídas abruptas en ningún periodo.

Los resultados permiten identificar dos patrones clave. El primero es la consolidación de 2023 como el año de mayor producción de contenido noticioso sobre el 8M en Facebook para la mayoría de los medios, lo que sugiere una intensificación coyuntural de la agenda mediática en torno a la conmemoración. El segundo es un descenso progresivo de publicaciones en 2024 y 2025, especialmente en la prensa española, lo que podría indicar una reducción del impulso temático previo o un reacomodo de prioridades informativas en los años más recientes.

Figura 1. Número de publicaciones vinculadas al 8M.



Fuente: elaboración propia.

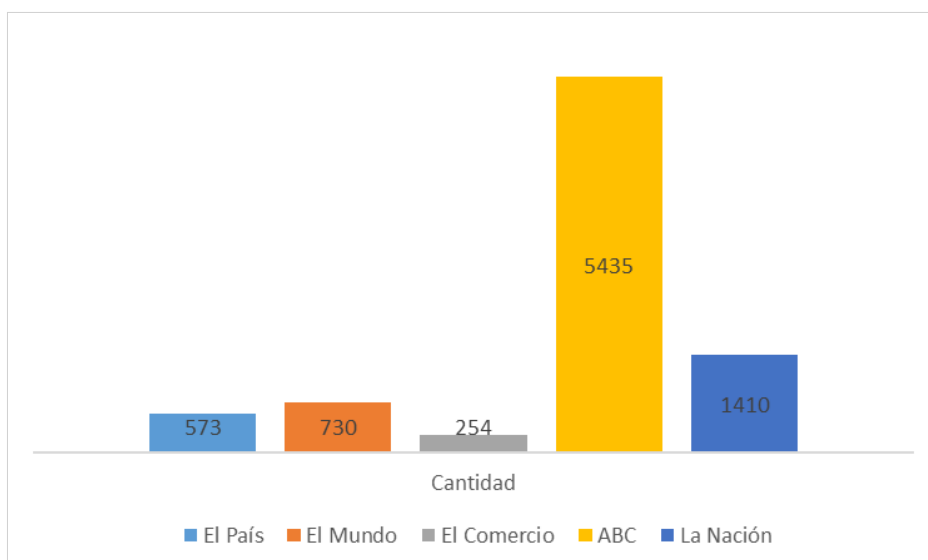
El análisis de las interacciones generadas por los comentarios seleccionados evidencia fuertes contrastes en el nivel de participación de las audiencias entre los distintos medios (véase la Figura 2). En términos absolutos, *ABC* concentró el mayor volumen de interacciones textuales (5 435 respuestas), lo que lo sitúa de manera significativa por encima del resto de medios. Este alto nivel de participación se refleja también en su promedio de respuestas por comentario (543,5), lo que sugiere una dinámica conversacional particularmente intensa en torno a las publicaciones vinculadas al 8M difundidas por este medio.

En segundo lugar, se ubica *La Nación*, con 1 410 respuestas acumuladas y un promedio de 141 interacciones por comentario, seguida de *El Mundo*, que

registró 730 respuestas totales, equivalente a una media de 73 por comentario. *El País* alcanzó 573 respuestas, con un promedio de 57,3 por comentario, mientras que *El Comercio* fue el medio con menor volumen de interacción, sumando 254 respuestas en total y una media de 25,4 por comentario.

Estas diferencias revelan una marcada disparidad en los niveles de discusión generados en torno a los comentarios más visibles en cada medio. Mientras *ABC* destacó por concentrar un volumen de respuestas ampliamente superior, lo que sugiere una comunidad altamente reactiva o una mayor propensión a la confrontación y el debate, otros medios —en particular *El Comercio* y *El País*— presentaron niveles de respuesta considerablemente más moderados.

Figura 2. Número de interacciones textuales a los comentarios seleccionados.

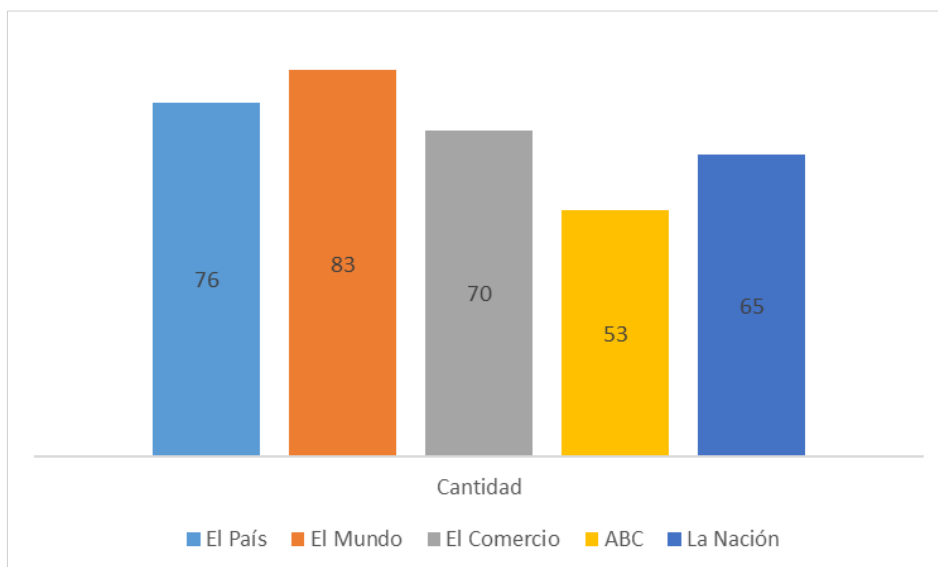


Fuente: elaboración propia.

El análisis de los comentarios inciviles muestra una presencia mayoritaria de hostilidad en todos los medios, aunque con intensidades diferenciadas (véase la Figura 3). *El Mundo* registró el mayor volumen de comentarios inciviles, con 83 casos, lo que representa el 75,4 % de su corpus analizado. Le siguió *El País* con 76 comentarios inciviles (60,0 %), *El Comercio* con 70 (63,6 %) y *La Nación* con 65 (59 %).

*ABC* presentó la menor proporción, registrando 53 comentarios inciviles (48,1 %), aunque esta cifra sigue representando casi la mitad de su muestra. Los resultados evidencian que, si bien la incivilidad estuvo extendida en todos los medios, su predominio fue especialmente alto en *El Mundo*, donde tres de cada cuatro comentarios analizados incluyeron rasgos de agresividad, sarcasmo o descalificación.

Figura 3. Número de comentarios inciviles.



Fuente: elaboración propia.

El análisis del nivel de incivilidad de los comentarios en torno al 8M, a partir de la tipología de Rosenberg (2018), revela una conversación digital marcada por tensiones discursivas que oscilaron entre la agresión directa, la burla indirecta y la deliberación respetuosa, con diferencias significativas entre los medios (véase la Figura 4).

*El Mundo* fue el medio con mayor proporción de incivilidad alta (35 comentarios), caracterizada por

insultos directos, uso de mayúsculas como recurso de agresividad gráfica y descalificaciones explícitas hacia el feminismo, como se aprecia en comentarios como «a las mujeres no, a las feminazis... hayyyy muuuucha diferencia» o «TÚ ERES TONTA,,,TAL CUAL». Le siguió *ABC* (34), donde se identificaron ataques frontales dirigidos tanto a individuos como a grupos, con expresiones como «panda de sinvergüenzas!» o «todas estas estarán vacunadas, las bo-

regas son las q van a caer». En *La Nación* (27), los comentarios con nivel alto también incorporaron descalificaciones identitarias e insultos explícitos, como «a ustedes les queda grande la palabra MUIJER!!!» o «lo único que hacen es romper las pelotas». Por su parte, *El País* y *El Comercio* presentaron niveles similares de incivildad alta (24). En el primero surgieron ataques como «pues más tonto eres tú» o «aunque te escupiese en la cara», mientras que en el segundo se observaron mensajes como «por eso Perú es una cagada, por personas como usted» y comparaciones altamente deshumanizantes como «donde se comportan como caníbales».

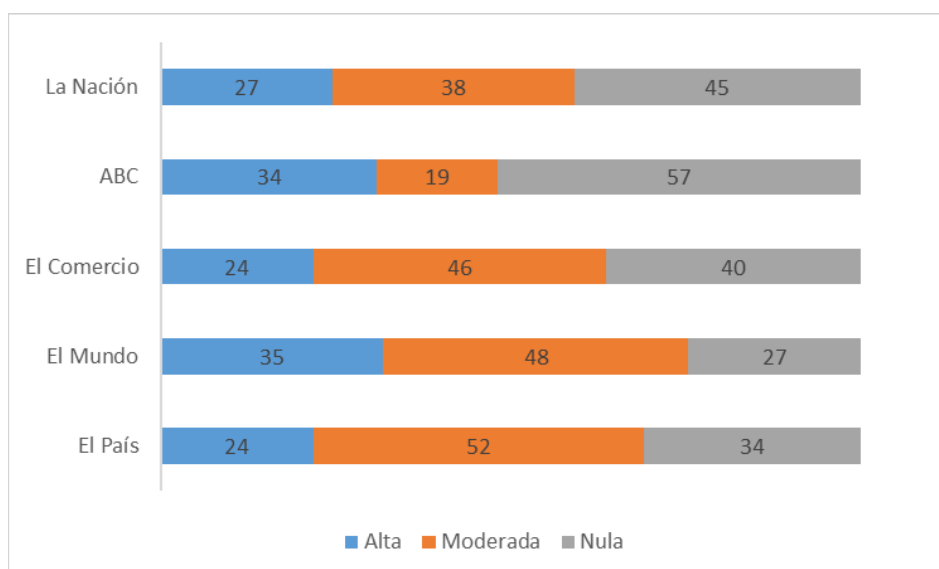
El nivel moderado, asociado a un tono sarcástico, burlón o pasivo-agresivo, predominó en *El País* (52 comentarios), *El Mundo* (48) y *El Comercio* (46). En *El País* se identificaron burlas irónicas como «para todas, todes, todis, todos y para todus!!!» o comentarios dirigidos a caricaturizar demandas de igualdad, como «con la ley trans pronto todos seremos mujeres y ya tendréis la igualdad total». En *El Mundo*, el sarcasmo se expresó incluso ante situaciones sensibles, como «¿alguien sabe si está bien el coche?» en alusión a una noticia sobre un atropello. *El Comercio* mostró un patrón similar con mensajes como «sí, sí, ya te vimos, ya siéntate» o expresiones de hostilidad indirecta como «ojalá todas vayan a la guerra. Ahí sí les apoyaré». En *La Nación*, aunque en menor proporción (38), la incivildad moderada incluyó comentarios con cargas pasivo-agresivas como «trabajar ni lo pensás» o cuestionamientos que deslegitiman el reclamo social, como «los derechos los tenés, ejércelos». Por último, *ABC* fue el medio con menor presencia de incivildad moderada (19), reflejada en ironías como «tranquila que las procesiones de figuras

de madera seguirán» o «por mí no lo hagas, te lo agradezco».

Respecto a la ausencia de comentarios inciviles, *ABC* lideró con 57 enunciados con nivel nulo, lo que evidencia un volumen considerable de mensajes donde predominó la expresión de opiniones sin hostilidad explícita, como en «la Comunidad de Madrid es un ejemplo en muchas cosas...». Le siguió *La Nación* (45), donde se observaron interacciones orientadas a la discusión sin ataques, tales como «¿cuál es el derecho que no brinda este país? ¿te podés explicar mejor?». *El Comercio* también mostró una proporción relevante (40), con comentarios que expresaron desacuerdo sin agresión directa, como «estar en contra del feminismo no es ser misógino ni anti-derechos». En contraste, *El País* (34) y especialmente *El Mundo* (27) presentaron los menores niveles de interacción libre de descalificaciones, aunque con ejemplos de interpelación crítica no agresiva como «mientras una sola mujer padezca maltrato, habrá que seguir reivindicando» en *El País*, o «¿te preocupa más el coche que las personas?» en *El Mundo*.

El análisis evidencia que la conversación digital sobre el 8M estuvo atravesada por distintas formas de confrontación. Mientras en *El Mundo* y *ABC* primó la incivildad directa, expresada mediante insultos o descalificaciones abiertas, en *El País* y *El Comercio* predominó un tipo más sutil, vehiculado a través del sarcasmo y la burla como recursos de deslegitimación. No obstante, medios como *ABC* y *La Nación* también concentraron los mayores porcentajes de comentarios sin carga incivil, lo que sugiere una coexistencia entre núcleos polarizados y espacios donde aún es posible el intercambio argumentativo en torno al 8M, aunque estos últimos no constituyen la tendencia mayoritaria en la mayoría de los casos.

Figura 4. Niveles de incivildad.



Fuente: elaboración propia.

El análisis por categorías de incivildad muestra que los medios presentan patrones diferenciados en la forma en que se expresan la descalificación, el insulto y la agresión (véase la Figura 5). En *El País*, la categoría discriminatoria fue la más frecuente (25

casos), con ataques dirigidos a colectivos, como «a la politización de la extrema izquierda casposa». Le siguieron la vulgar (9), con insultos directos como «quien mueve *El Mundo*? Ignorante», la discursiva (5), donde se desacredita al interlocutor, como en «repi-

to, tranquila, hay especialistas. Venga hasta nunca», y la informativa (5), con ejemplos como «con la ley trans pronto todos seremos mujeres», que puede dar pie a desinformación. Por su lado, la categoría violenta estuvo presente en dos casos («cuando los invadan (los moros) no se quejen, que nosotros los hombres no las vamos a salvar»).

En *El Mundo*, la categoría vulgar predominó (20 casos), con insultos directos como «pura chusma como tú», seguida de la discriminatoria (17), donde se atacaron colectivos a través de comentarios como «tú hablas de respeto, el mismo que muestran los fascistas de Vox en el parlamento, llamando brujas y locas a las diputadas». La discursiva se observó en ocho casos («aunque tampoco esperaba gran cosa»), la violenta en dos («si te atropellara un coche yo pensaría lo mismo, así q disfruta del momento») y la informativa en cinco ocasiones, con ejemplos que pueden desinformar o exagerar hechos, como «cada vez que abren la boca sale un violador libre».

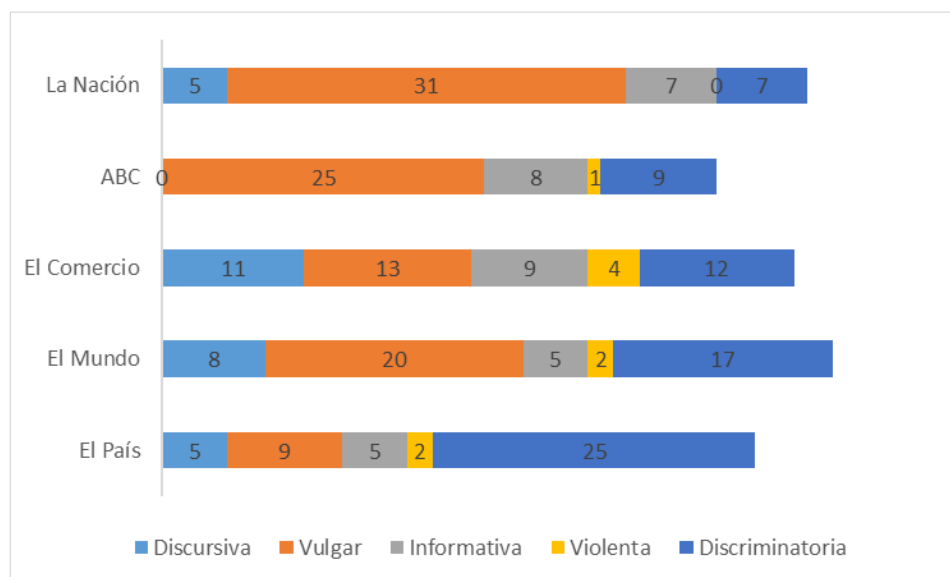
*El Comercio* mostró un patrón más equilibrado entre la mayoría de las categorías. La vulgar (13) y discriminatoria (12) se expresaron mediante insultos directos y descalificaciones a colectivos, como «jamás el aborto debería ser legal, descerebrada» y «las feminazis son sectarias», respectivamente. La discursiva se manifestó en 11 casos, desacreditando al in-

terlocutor («no sabes la diferencia de propiedad pública y privada, imposible si quiera intentar educarte») y la informativa en nueve («Qué falacia!! *El Comercio* ya no es lo que era antes, ahora miente»). Finalmente, la violenta se presentó en cuatro comentarios, con ejemplos como «con fierro agredes, con lo mismo te responderán».

En *ABC*, la incivilidad se concentró principalmente en la categoría vulgar (25), con insultos directos como «esta tía es una impresentable», seguida de la discriminatoria (9), que desprestigió colectivos como en «es lo que han mamado siempre esta chusma» y la informativa (8), donde se sugirió desinformación («Es que para esos les pagan»). La incivilidad violenta fue marginal (solo una: «Ojalá te contagies») y no se detectaron casos discursivos.

Finalmente, *La Nación* presentó un predominio de la categoría vulgar (31), con insultos como «payasa», seguida de la informativa (7), con ejemplos que pueden generar desinformación o afirmaciones inexactas («Desde que están ustedes aumentaron los feminicidios») y de la discriminatoria (7), con ataques a colectivos («No son feministas, son descerebradas»). La categoría discursiva se registró en cinco casos («Viendo tu FB me imagino quién sos»), mientras que no se detectaron comentarios violentos.

Figura 5. Tipología de incivilidad.



Fuente: elaboración propia.

## 5. Discusión y conclusiones

Los resultados del presente estudio, que evidencian un alto nivel de incivilidad en los comentarios publicados en Facebook ante noticias que generan polarización, coinciden con la literatura previa que describe dinámicas semejantes. Papacharissi (2015) señala que las interacciones en línea suelen configurar espacios polarizados que erosionan las prácticas democráticas del diálogo y la deliberación, lo cual se refleja en la falta de cultura de debate observada en las publicaciones analizadas.

Respecto al objetivo general de describir la incivilidad en las redes sociales de cinco medios periodísticos, durante la cobertura del 8M, se encontró que no existe un patrón definido en cada país, pero sí una consistencia en el volumen de interacciones. Esto demuestra que existe una necesidad de parte de las audiencias de responder de forma agresiva, y en mayor volumen que los comentarios civilizados, cuando se está ante contenidos que generan polarización como el 8M.

Hay factores añadidos que generan esta falta de un patrón claro, como la intervención de líderes polí-

ticos y personajes públicos comentando sobre el 8M. En España, las ministras Irene Montero y Yolanda Díaz, la cantante Bebe y la conductora de televisión Rocío Carrasco han protagonizado algunas de las noticias seleccionadas para este estudio. Esto resulta relevante por cuanto genera un refuerzo de comentarios inciviles dirigidos a los protagonistas de las noticias y a los usuarios que toman posición sobre ellos.

En Argentina, la presentadora de televisión Viviana Canosa fue el foco, en varios años, por sus comentarios en contra de esta manifestación, lo que genera enfrentamientos que vinculan este tema con la antipatía que puede generar esta figura pública. En el caso del Perú, muchas de las noticias se relacionan con marchas ocurridas en otros países, como Chile y México, lo que puede motivar una investigación complementaria sobre la territorialidad de la opinión pública en redes sociales.

Un punto importante que se puede incorporar en otros estudios es la posibilidad de un sesgo político a partir de las noticias relacionadas al 8M u otra manifestación social. Si bien existen diarios como *La Nación* y *ABC* que pueden ser considerados de tendencia derechista y conservadora, en el periodo seleccionado para esta investigación no se encontró un gran volumen de artículos argumentativos, lo que muestra que no es necesario que exista un líder de opinión para encender la polémica sobre estos temas.

Además, se ha determinado que el 2023 es el año de mayor actividad mediática debido al levantamiento de restricciones de la pandemia COVID-19. Esto originó un regreso a las calles de parte de los manifestantes, un hecho que fue empleado como elemento para reforzar la incivildad discursiva, lo que apela a la propagación de posibles contagios y a su oportunismo, en especial en Argentina, donde se dan marchas multitudinarias y donde hubo elecciones presidenciales ese año, lo cual suele generar mayor confrontación.

El notable número de comentarios textuales en *ABC* es un indicador de que es necesario tener acceso a estadísticas internas de las redes sociales de los medios. Estas ayudarán a determinar la importancia de factores adicionales, como el horario y la frecuencia de publicación, o el impacto de esta clase de noticias en relación con otras del mismo medio y similar tema como las marchas feministas. Además, permitirá aclarar si existe en los diarios una moderación previa o eliminación de comentarios que no se hayan indicado a los usuarios.

Se concluye que en los años 2024 y 2025 las noticias relacionadas al 8M han sido menores, lo cual puede interpretarse por un cambio de escenario mediático. Es preciso indicar que esta investigación

tuvo limitaciones al referirse a un breve periodo de tiempo (6 a 10 de marzo) en cinco años, y a comentarios en Facebook, cuando redes sociales como Instagram y TikTok gozan también de gran popularidad. En el caso de TikTok, incluso se emplea como plataforma para cubrir en vivo esta clase de eventos, lo que genera mayor interacción del público que está migrando de redes sociales.

Además, se puede considerar este estudio para plantear nuevas líneas de investigación científica que complementen el análisis de comentarios textuales con otras formas de interacción de los usuarios y su clasificación. Por un lado, están las reacciones a través de emojis preconfigurados y, por otro, el acto de compartir estas publicaciones, lo que puede tener mayor relevancia por generar nuevos espacios de discusión que no figuran en las estadísticas del medio cuando se trata de cuentas de redes sociales con restricciones de privacidad.

En cuanto a los objetivos específicos se pudo encontrar que la incivildad puede ampliar sus categorías, en línea con la tipología de Rosenberg (2018). Esto permite que se haga un estudio de nuevos enfoques teóricos sobre formas hostiles que apelan a la burla a través de risas, emojis, memes y frases que no están clasificadas como vulgaridades, pero que generan incivildad.

En conclusión, se reconoce la hostilidad como un rasgo propio de la interacción digital, como señala Lovink (2019) y se confirma que muchos usuarios experimentan estrés y frustración al debatir sobre temas políticos con opiniones divergentes (Duggan y Smith, 2016). Sin embargo, las redes sociales permiten apelar a una gobernanza comunicativa que controle la incivildad en aspectos que están planteados dentro de las normas de moderación de redes sociales como Facebook.

La responsabilidad editorial de estos medios de comunicación puede generar nuevos roles entre los editores y periodistas dedicados a orientar la discusión de un tema, tal como lo hacen las cuentas personales de quienes utilizan las redes sociales. El entorno digital resulta muy cambiante por los avances tecnológicos, pero sigue partiendo de los mismos principios éticos del periodismo, como la autorregulación y la moderación de posturas que producen desinformación y refuerzan los prejuicios.

Por último, este estudio contribuye de manera significativa con el debate sobre la función social de los medios en temas de debate y polarización como son el feminismo y la igualdad de género. El volumen de publicaciones consideradas para este estudio y las diferencias que se presentan en los países participantes también son una muestra del interés que despierta en el público y el espacio que le dan los medios de comunicación en sus respectivos países.

## 6. Contribución de autores

<b>Conceptualización</b>	Ideas; formulación o evolución de los objetivos y metas generales de la investigación.	Autores 1, 2 y 3
<b>Curación de datos</b>	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.	Autores 1, 2 y 3

<b>Análisis formal</b>	Aplicación de técnicas estadísticas, matemáticas, computacionales u otras técnicas formales para analizar o sintetizar datos de estudio.	Autores 1 y 3
<b>Adquisición de fondos</b>	Adquisición del apoyo financiero para el proyecto que conduce a esta publicación.	Autores 1, 2 y 3
<b>Investigación</b>	Realización de una investigación y proceso de investigación, realizando específicamente los experimentos, o la recolección de datos/evidencia.	Autores 1, 2 y 3
<b>Metodología</b>	Desarrollo o diseño de la metodología; creación de modelos.	Autores 1, 2 y 3
<b>Administración del proyecto</b>	Responsabilidad de gestión y coordinación de la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Autores 1, 2 y 3
<b>Recursos</b>	Suministro de materiales de estudio, reactivos, materiales, pacientes, muestras de laboratorio, animales, instrumentación, recursos informáticos u otras herramientas de análisis.	Autores 1, 2 y 3
<b>Software</b>	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.	Autores 1, 2 y 3
<b>Supervisión</b>	Responsabilidad de supervisión y liderazgo en la planificación y ejecución de actividades de investigación, incluyendo la tutoría externa al equipo central.	Autores 1, 2 y 3
<b>Validación</b>	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.	Autores 1, 2 y 3
<b>Visualización</b>	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la visualización/presentación de datos.	Autores 1, 2 y 3
<b>Redacción / Borrador original</b>	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial (incluyendo la traducción sustantiva).	Autores 1, 2 y 3
<b>Redacción / Revisión y edición</b>	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.	Autores 1, 2 y 3

## 7. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo se ha utilizado la inteligencia artificial (ChatGPT) para la edición final del texto, previa al proceso de edición realizado por la revista.

## 8. Referencias bibliográficas

- Asensi Rodríguez, C. y Martínez Rolán, X. (2024). Feminismo en la era digital: Movilización, resistencias y la contrarreacción antifeminista en redes sociales. Una aproximación a la cuarta ola. *Gender on Digital: Journal of Digital Feminism*, 2, 95-116. <https://doi.org/10.35869/god.v2.5895>
- Aiken, M. y Waller, B. (2000). Flaming among first-time group support system users. *Information & Management*, 37(2), 95-100. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(99\)00036-1](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(99)00036-1)
- Andersson, L. M. y Pearson, C. M. (1999). Tit for Tat? The Spiraling Effect of Incivility in the Workplace. *The Academy of Management Review*, 24(3), 452-471. <https://doi.org/10.2307/259136>
- Bajaña Cedeño, D. K. (5 de julio de 2024). Los 20 medios de comunicación con mejor reputación digital de Iberoamérica según SCImago Media Rankings. *Observatorio de Cibermedios*. Universitat Pompeu Fabra. [https://www.upf.edu/web/ocm/temas/-/asset\\_publisher/OZSVLIUpV4yr/content/los-20-medios-de-comunicacion-smr/maximized](https://www.upf.edu/web/ocm/temas/-/asset_publisher/OZSVLIUpV4yr/content/los-20-medios-de-comunicacion-smr/maximized)
- Bentivegna, S. y Rega, R. (2024). Politicians Under Fire: Citizens' Incivility Against Political Leaders on Social Media. *Social Media + Society*, 10(4). <https://doi.org/10.1177/20563051241298415>
- Borah, P. (2014). Does it matter where you read the news story?: Interaction of incivility and news frames in the political blogosphere. *Communication Research*, 41(6), 809-827. <https://doi.org/10.1177/0093650212449353>
- Bormann, M., Tranow, U., Vowe, G. y Ziegele, M. (2022). Incivility as a violation of communication norms—A typology based on normative expectations toward political communication. *Communication Theory*, 32(3), 332-362.
- Calvo, D., López García, G. y Aguilar Torres, J. (2024). *Periodismo digital: Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Cardon, D. (2016). *La democracia internet. Promesas y límites*. Prometeo Libros.
- Chen, G. M. (2017a). *Online incivility and public debate*. Nasty talk. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-56273-5>
- Chen, G. M. (2017b). Testing the 'Defensive Effect'. En C. Macmillan (Ed.), *Online Incivility and Public Debate* (pp. 149-171). Palgrave. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-56273-5\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-319-56273-5_7)
- Chen, G. y Lu, S. (2017). Online political discourse: Exploring differences in effects of civil and uncivil disagreement in news website comments. *Jour-*

- nal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(1), 108-125. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1273922>
- Coe, K., Kenski, K. y Rains, S. A. (2014). Online and uncivil? Patterns and determinants of incivility in newspaper website comments. *Journal of Communication*, 64(4), 658-679. <https://doi.org/10.1111/jcom.12104>
- Craft, S., Vos, T. P. y Wolfgang, D. J. (2015). Reader comments as press criticism: Implications for the journalistic field. *Journalism*, 17(6), 677-693. <https://doi.org/10.1177/1464884915579332>
- Duggan, M. y Smith, A. (25 de octubre de 2016). The tone of social media discussions around politics. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2016/10/25/the-tone-of-social-media-discussions-around-politics/>
- Graf, J., Erba, J. y Harn, R. W. (2017). The role of civility and anonymity on perceptions of online comments. *Mass Communication and Society*, 20(4), 526-549. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1274763>
- Han, B. C. (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.
- Hopp, T. (2019). A network analysis of political incivility dimensions. *Communication and the Public*, 4(3), 204-223. <https://doi.org/10.1177/2057047319877278>
- Hutchens, M. J., Cicchirillo, V. J. y Hmielowski, J. D. (2014). How could you think that?!?: Understanding intentions to engage in political flaming. *New Media & Society*, 17(8), 1201-1219. <https://doi.org/10.1177/1461444814522947>
- Kenski, K., Coe, K. y Rains, S. A. (2017). Perceptions of Uncivil Discourse Online: An Examination of Types and Predictors. *Communication Research*, 47(6), 795-814. <https://doi.org/10.1177/0093650217699933>
- Kwon, K. H. y Cho, D. (2017). Swearing effects on citizen-to-citizen commenting online: A large-scale exploration of political versus nonpolitical. *Social Science Computer Review*, 35(1), 84-102. <https://doi.org/10.1177/0894439315602664>
- Lacalle, C., Martín Jiménez, V. y Etura Hernández, D. (2023). El antifeminismo de la ultraderecha española en Twitter en torno al 8M. *Revista Prisma Social*, (40), 358-376.
- Lapidot Lefler, N. y Barak, A. (2012, march). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 434-443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.014>
- Lovink, G. (2019). *Tristes por diseño. Las redes sociales como ideología*. Consonni.
- Massaro, T. y Stryker, R. (2012). Freedom of speech, liberal democracy, and emerging evidence on civility and effective democratic engagement. *Ariz. L. Rev.*, 54, 375.
- Muddiman, A. y Stroud, N. J. (2017). News values, cognitive biases, and partisan incivility in comment sections. *Journal of Communication*, 67(4), 586-609. <https://doi.org/10.1111/jcom.12312>
- Mutz, D. C. y Reeves, B. (2005). The new videomail: Effects of televised incivility on political trust. *American Political Science Review*, 99(1), 1-15. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051452>
- Newman, N. (2025, 19 de junio). Resumen ejecutivo y hallazgos clave del informe de 2025. *Digital news report 2025*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025/dnr-resumen-ejecutivo>
- Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New Media & Society*, 6(2), 259-283. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444804041444>
- Papacharissi, Z. (2015). The unbearable lightness of information and the impossible gravitas of knowledge: Big Data and the makings of a digital orality. *Media, Culture & Society*, 37(7), 1095-1100. <https://doi.org/10.1177/0163443715594103>
- Rosenberg, A. (2018). ¿Qué me estás queriendo decir? Un nuevo acercamiento metodológico para entender la incivilidad de usuarios en comentarios de noticias online. *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*. 8(3), 87-104. <https://indexcomunicacion.es//index.php/indexcomunicacion/article/view/420>
- Rossini, P. (2019). Disentangling uncivil and intolerant discourse. En R. G. Boatright, S. Sobieraj y T. J. Shaffer (Eds.), *A crisis of civility? Contemporary research on civility, incivility, and political discourse* (pp. 142-157). Routledge.
- Rossini, P. (2020). Beyond incivility: Understanding patterns of uncivil and intolerant discourse in online political talk. *Communication Research*, 49(3), 399-425.
- Rösner, L., Winter, S. y Krämer, N. C. (2016). Dangerous minds? Effects of uncivil online comments on aggressive cognitions, emotions, and behavior. *Computers in Human Behavior*, 58, 461-470. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.022>
- Rowe, I. (2015). Deliberation 2.0: Comparing the deliberative quality of online news user comments across platforms. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(4), 539-555. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1093482>
- Ruiz, C., Masip Masip, P., Micó, J.L., Díaz Noci, J. y Domingo Santamaria, D. (2010). Conversación 2.0 y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana. *Comunicación y Sociedad*, 23(2), 7-39. <https://doi.org/10.15581/003.23.36233>
- Sánchez Meza, M., Schlesier Corrales, L., Visa Barbosa, M. y Carnicé Mur, M. (2023). ¿De redes sociales a redes del odio? Análisis de la conversación digital en Twitter sobre la ministra de Igualdad española Irene Montero. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(3), 717-736. <https://doi.org/10.5209/esmp.87271>
- Sobieraj, S. y Berry, J. M. (2011). From Incivility to Outrage: Political Discourse in Blogs, Talk Radio, and Cable News. *Political Communication*, 28(1), 19-41. <http://doi.org/10.1080/10584609.2010.542360>
- Stroud, N. J., Van Duyn, E. y Peacock, C. (2016). News Commenters and News Comment Readers. *Engaging News Project*, 1-21. <https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/03/ENP-News-Commenters-and-Comment-Readers1.pdf>

Stryker, R., Conway, B. A. y Danielson, J. T. (2016). What is political incivility? *Communication Monographs*, 83(4), 535–556.

Wilhelm, C. y Joeckel, S. (2019). Gendered Morality and Backlash Effects in Online Discussions: An

Experimental Study on How Users Respond to Hate Speech Comments Against Women and Sexual Minorities. *Sex Roles*, 80, 381–392. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0941-5>

**Rafael Alexis Robles Olivos.** Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Investigador, docente, editor académico y asesor de tesis. Ha sido coordinador del Instituto de Investigación en Ciencias de la Comunicación (USMP) y editor de Correspondencias & Análisis. Es autor de libros y artículos sobre comunicación y periodismo y ha participado en congresos académicos como expositor. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3406-6879>

**Daniel Jácomo Morales.** Investigador RENACYT. Revisor de artículos científicos en editoriales internacionales. Magíster en Periodismo y comunicación multimedia por la USMP. Docente de comunicación en USIL. Asesor de más de 20 tesis aprobadas en pregrado y posgrado. En 2024 publicó el artículo «Clickbait: Research, challenges and opportunities» en *Online Journal of Communication and Media Technologies* (Scopus Q2) como autor principal. También publicó en coautoría el artículo «Representation of Andean Communities: Indigenous Cultures and Languages in Peruvian Cinema» en *Journal of Intercultural Studies* (Scopus Q1). Desde el 2023 publica con sus estudiantes artículos científicos en congresos internacionales. Entre sus áreas de interés e investigación se encuentran los entornos digitales, la posverdad, la ética periodística y el análisis de contenidos en los *mass media*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1393-1042>

**Javier García Wong Kit.** Estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Martín de Porres e hizo una maestría en Gestión Cultural en la Universidad de Piura. Es periodista y docente en la Universidad Privada del Norte. Es editor en español de la web Discover Nikkei del Japanese American National Museum de Estados Unidos y colaborador de diversos medios digitales. Ha publicado el libro *Tentaciones narrativas* (Redactum, 2014) y *De mis cuarenta* (autoedición digital, 2021). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2132-3103>