

El efecto búmeran y los discursos de odio en los comentarios en prensa: Lionel Messi y el independentismo catalán (2019-2021)

The boomerang effect and hate speech comments in the press: Lionel Messi and the Catalan pro-independence movement (2019-2021)

Efeito boomerang e ódio na imprensa: Messi e a independência da Catalunha (2019-2021)

Jose Cabeza San Deogracias¹ 

Raúl Casado Linares² 

Manuel Gómez Segarra³ 

¹ Universidad Rey Juan Carlos (URJC), Madrid, España. jose.cabeza@urjc.es

² Amsterdam University of Applied Sciences (AUAS), Países Bajos. r.casado.linares@hva.nl

³ Universidad Internacional de la Rioja (UNIR), Logroño, España. manolo.gomez@unir.net

Recibido: 14/07/2023; **Revisado:** 30/11/2023; **Aceptado:** 08/01/2024;
Publicado: 30/05/2024

Para citar este artículo: Cabeza San Deogracias, Jose; Casado Linares, Raúl; & Gómez Segarra, Manuel (2024). El efecto búmeran y los discursos de odio en los comentarios en prensa: Lionel Messi y el independentismo catalán (2019-2021). *ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 22(1): e2057. <https://doi.org/10.7195/ri14.v22i1.2057>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Resumen

Este artículo busca señales de discursos de odio aparecidas en comentarios sobre el procés y el independentismo catalán publicados en las noticias en prensa sobre Lionel Messi en Madrid y en Barcelona (ABC, El País, La Vanguardia, Mundo Deportivo, Marca, El Mundo y AS) en el periodo 2019-2021. Partiendo de 2.639 noticias con Messi en el titular, se usaron métodos cuantitativos para identificar los hilos con más comentarios políticos de algunos de los periódicos analizados y estudiarlos después. Los resultados reflejan que en Madrid se usan noticias y comentarios sobre Messi para hablar del procés y del independentismo, mientras que en Barcelona no se relaciona al jugador con la política. Dos periódicos de Barcelona (La Vanguardia, Mundo Deportivo) y dos de Madrid (Marca y El Mundo) reúnen los 12 hilos con más comentarios políticos en ambas ciudades: 487, en total. Su análisis revela que la prensa deportiva concita opiniones más diversas que la generalista y, por tanto, recoge más conflicto y más presencia de discursos de odio por ideología política. Los primeros mensajes (1-25) en los hilos de comentarios aparecen un 77% de las veces como los más seguidos y, por lo tanto, los usuarios que escriben primero influyen más. Esta investigación concluye que los discursos de odio se detectan más en estructuras y argumentaciones que en palabras concretas, pero su existencia no tiene por qué ser negativa y puede derivar en un efecto búmeran contra el propio mensaje de odio si aparece derrotado en la dinámica de intervenciones.

Palabras clave

Discursos de odio - Messi - medios digitales - comentarios en prensa - procés - independentismo catalán

Abstract

This article seeks to identify traces of hate speech referred to the process for the independence of Catalonia (known as the procés) and the Catalan pro-independence movement published in the comments sections of news articles about Lionel Messi in Madrid and Barcelona in several newspapers (ABC, El País, La Vanguardia, Mundo

Deportivo, Marca, El Mundo and AS) during the period 2019-2021. Based on 2,639 news items containing the word 'Messi' in the headline, quantitative methods were used to identify and study the threads with the highest number of political comments in some of the newspapers analysed. The results show that in Madrid, news and comments about Messi were used to discuss the *procés* and the pro-independence movement, while the player was not linked to politics in Barcelona-based newspapers. Two Barcelona newspapers (La Vanguardia, Mundo Deportivo) and two Madrid newspapers (Marca and El Mundo) contained the 12 threads with the highest number of political comments in both cities: 487 in total. Their analysis revealed that the sports press was more diverse in its opinions than the general press and, therefore, contained more conflict-related and more hate speech based on political ideology. The first posts (1-25) in comment threads were the most followed (in 77% of the times), which meant that the users who posted first had the most influence. This research concludes that hate speech was detected more in structures and arguments than in specific words; however, its existence was not necessarily negative and could result in a boomerang effect against the hate message itself if it was defeated in the ensuing comment dynamics.

Keywords

Hate speech - Messi - digital media - comments in news articles - procés - Catalan independence

Resumo

Este artigo busca sinais de discursos de ódio que aparecem em comentários sobre o processo e o independentismo catalão publicados em notícias sobre Lionel Messi em Madrid e em Barcelona (ABC, La Vanguardia, Mundo Deportivo, Marca, El Mundo e AS) no período de 2019 a 2021. Partindo de 2.639 notícias com Messi no título, métodos quantitativos foram usados para identificar os fios com mais comentários políticos de alguns dos jornais analisados para estudá-los depois através de análise qualitativa do discurso. Os resultados refletem que em Madrid são usadas notícias e comentários sobre Messi para falar do processo e do independentismo, enquanto que em Barcelona (tanto meios quanto comentaristas) não relacionam o jogador

com a política. Dois jornais de Barcelona (La Vanguardia, Mundo Deportivo) e dois de Madrid (Marca e El Mundo) reúnem os 12 fios com mais comentários políticos em ambas as cidades: 487, no total. Sua análise revela que a imprensa esportiva reúne opiniões mais diversas que a geral e, portanto, registra mais conflito e mais presença de discursos de ódio por ideologia política. As primeiras mensagens (1-25) nos fios de comentários aparecem 77% das vezes como as mais seguidas e, portanto, os usuários que escrevem primeiro influenciam mais. Esta pesquisa conclui que os discursos de ódio são detectados mais em estruturas e argumentações do que em palavras concretas, mas sua existência não precisa ser negativa e pode resultar em um efeito bumerangue contra a própria mensagem de ódio se ela aparecer derrotada na dinâmica das intervenções.

Palavras-chave

Discurso de ódio - Messi - meios digitais - comentários na imprensa - procés - independentismo catalão

1. Introducción

Los clubs de fútbol son instituciones emocionales que se extienden en el tiempo y reúnen a diferentes generaciones de seguidores que ven en el equipo un vínculo estable de reconocimiento y reencuentro sentimental. Las sociedades reciben y entienden el fútbol a través de una coreografía emocional compuesta por liturgias de pertenencia, expresiones de lealtad o traición, dramatización de rivales o resultados (humillación, vergüenza, aplastamiento, orgullo, depresión, tragedia, euforia) o construcciones de identidades y referentes (Juventeny, 2017). Por sus componentes competitivo y emocional, el fútbol funciona a través de un fuerte mecanismo de identificación y exclusión, lo cual hace que sea un terreno fértil para las narrativas nacionalistas (Ervedosa, 2018; Gómez-García y Ballesteros, 2019; Rojas-Torrijos; Guerrero-Caballero, 2021).

El proceso soberanista de Cataluña (2012-2021), conocido popularmente como el *procés*, fueron un conjunto de hechos sociales y políticos que buscaban lograr la autodeterminación y la independencia de Cataluña de España. En todos estos años, desde las primeras manifestaciones por el Día Nacional de Cataluña hasta el

referéndum ilegal (2017), la sentencia del Tribunal Supremo (2019) o los indultos del Gobierno de España a los condenados (2021), ningún ámbito de la esfera pública ha quedado libre de las discusiones políticas sobre el independentismo catalán; ni mucho menos espacios donde se pueden manifestar y articular todo tipo de opiniones con total libertad como los comentarios a las noticias en prensa sobre fútbol (Rojas-Torrijos y Guerrero-Caballero, 2021) y, concretamente, sobre Lionel Messi, que durante los años de consolidación del *procés* se convierte en el jugador que más premios individuales ha recibido en la historia del fútbol (*Sport*, 2022) y también en un elemento simbólico de gran fuerza por su proyección mundial. Ese potencial simbólico se usó en contra y a favor del nacionalismo catalán en diferentes informaciones y también en los comentarios de los lectores a esas noticias. El espacio que los periódicos ceden a la participación de cualquiera que lo desee tiene un valor ambivalente: puede suponer un complemento al periodismo por su capacidad de vigilancia, verificación y compromiso con la información (Ksiazek, 2018; Naab et al., 2020), potenciando la deliberación y el debate en la esfera pública (Wang, 2020; Rowe, 2015) y generando valor a la información a través de una “conversación virtual” (Santana, 2016, p. 145); o puede significar un ataque a la calidad de la información, intoxicando la creación de sentido de las noticias a través de abusos, desinformación, faltas de respeto, burlas (Barnes, 2015; Ksiazek, 2018; Waddell, 2020) y la aparición evidente o soterrada de discursos o retóricas de odio (Paz-Rebollo et al., 2020).

Siguiendo la teoría discursiva de Habermas, los comentarios de calidad deberían provocar debates en donde los implicados hicieran aportaciones lógicas y coherentes buscando un acuerdo (Beckert y Ziegele, 2020). Algunos estudios establecen rasgos para identificar estos comentarios de calidad (argumentación sustancial, elaboración, información valiosa y extensión) frente a aquellos que son poco edificantes y no contribuyen al debate (lenguaje irrespetuoso, polarización, simplificación y humor), aunque también reconocen la dificultad de establecer una clasificación rígida de comentarios por ser “construcciones multidimensionales” (Beckert y Ziegele, 2020, p. 3.931).

Dos de los elementos que más se citan como disolventes de un desarrollo constructivo del debate público en las secciones de comentarios son el anonimato de los participantes y las intervenciones incívicas o poco civilizadas (Zamith y Lewis, 2014). Por comentarios incívicos se entienden intervenciones que trasgreden las

normas de la educación durante los intercambios de opiniones, lo que implica que los que comentan las noticias se expresan de forma poco respetuosa a través de insultos, blasfemias o sarcasmo (Wang, 2020) y buscan provocar ira y molestar (Ksiazek et al., 2015). Algunos estudios advierten de la presencia de marcadores que denotan estas faltas de respeto o intolerancia en uno de cada cinco comentarios (Coe et al., 2014). Esta cantidad de intervenciones que incluyen rasgos de discursos de odio (Gal, 2019) alimenta o estimula las reacciones defensivas del resto de participantes, que escriben desde su indignación moral y bloquean la capacidad para escuchar el punto de vista del otro. Así, la ausencia de un clima reflexivo conduce a resultados pocos deseables en las discusiones *online* (Hwang et al., 2018; Wang, 2020).

Por lógica, los comentarios aceptables podrían ser aquellos que estuvieran libres de cualquier tipo de hostilidad (Ksiazek et al., 2015), pero a veces la línea que separa la hostilidad de la controversia puede ser borrosa. De hecho, cuando algún tema genera conflicto, porque no hay una línea de respuestas clara o unívoca, aumenta el número de comentarios, pero al mismo tiempo también se incrementa la hostilidad (Ksiazek, 2018). Los comentarios sin agresividad son necesarios para poder avanzar en un debate constructivo, pero tampoco se debe obviar la necesidad de que en algún punto del proceso deliberativo pueda existir confrontación y desacuerdo (Santana, 2016).

Más allá de los problemas para la construcción de un diálogo productivo, hay dos realidades que condicionan las conversaciones *online*. En primer lugar, el número de personas que escribe un texto es un porcentaje relativamente menor en comparación con las que deciden sólo leer las discusiones (Barnes, 2015). En EEUU únicamente un 25% reconocía en 2010 añadir en alguna ocasión sus pensamientos o reflexiones al flujo del debate (Purcell et al., 2010), mientras que estudios más recientes en países desarrollados de Europa y Asia demuestran que apenas un 10-28% (Newman et al., 2017) o un 8-14% (Lee et al., 2020, p. 5), respectivamente, participan en las discusiones y, por tanto, en la construcción de sentido que se puede derivar de su lectura. Estos porcentajes avisan del riesgo de una percepción distorsionada de la realidad, porque la opinión de unos pocos pueda ser interpretado como la de la mayoría (Lee, 2016). Es más, incluso cuando lo que se dice no supone un cuestionamiento directo a lo que plantea el texto periodístico, los comentarios también influyen en cómo los lectores perciben la información y, lógicamente, en la construcción de sentido que puedan llegar a formarse después (Lee et al., 2020).

Es difícil de determinar exactamente qué elementos o aspectos de los discursos *online* influyen más en erosionar o consolidar la credibilidad de un artículo (Kümpel y Springer, 2016; Dohle, 2018; Lee et al., 2020). Pero es indudable que un comentario es un instrumento persuasivo que actúa sobre el texto y con el lector para crear “señales” que sirven para evaluar la calidad de una información (Naab et al., 2020, p. 13). Algunos estudios sostienen que los comentarios más breves y más fáciles de recordar pueden influir más en la percepción de los lectores al leer el flujo de comentarios (Weber et al., 2017), mientras otros destacan la importancia de la autenticidad: cuanto más genuinos y agudos son los comentarios negativos más afectan a la credibilidad de las noticias (Waddell, 2020). También se destaca que los comentarios negativos son más recordados que aquellos que son positivos (Waddell, 2020), aunque hay análisis que restan importancia al comentario entendido como un elemento aislado y lo estudian en su contexto, subrayando la importancia de las dinámicas en las conversaciones. Los comentarios negativos o críticos no anulan necesariamente la credibilidad o la autoridad de las informaciones si un hilo de comentarios está a favor, si algún comentario tiene muchos *likes* o si hay un contraargumento que anule el efecto erosivo de una intervención negativa (Naab et al., 2020). Los medios han intentado controlar los discursos de odio entre sus usuarios contratando moderadores, interviniendo con *softwares* que detectan insultos u obligando a los usuarios a suscribirse aportando datos personales (Wang, 2021). Estas medidas han acabado con los mensajes más explícitos, pero algunos usuarios se adaptan convirtiéndose en “auténticos expertos en retórica” y haciendo el debate igual de incívico, pero de forma más sutil (Paz-Rebollo et al., 2021, p. 10).

2. Material y métodos

Este artículo busca detectar los comentarios sobre el *procés* y el independentismo catalán aparecidos en las noticias en prensa editada en Madrid y en Barcelona (*ABC*, *El País*, *La Vanguardia*, *Mundo Deportivo*, *Marca*, *El Mundo* y *AS*) sobre Lionel Messi en el periodo 2019-2021, justo después de que el jugador abandonara el Barcelona para fichar por el PSG. Después, se analizan los 6 hilos que más comentarios políticos reúnen sobre el tema tanto en Madrid, recogidos en *Marca* y *El Mundo*, como en Barcelona; en este caso publicados en *Mundo Deportivo* y *La*

Vanguardia. En los periódicos *AS* y *El País* no se encontraron hilos con la suficiente continuidad en sus comentarios políticos como para que formaran parte del análisis final. Por último, se estudian las aportaciones de los lectores a esos 12 hilos más extensos, sumando los de Madrid y Barcelona, para comprobar si los diferentes posicionamientos políticos sobre el independentismo catalán también se usan para promover la intolerancia y los discursos de odio.ⁱ

En este estudio se abordan las siguientes preguntas de investigación:

- PI1. ¿Hay diferencias entre la prensa de Madrid y Barcelona, o entre los periódicos generalistas y los deportivos, en los comentarios sobre el *procés* o el independentismo en las informaciones que tratan de Lionel Messi?
- PI2. ¿Se usan los comentarios *online* sobre Lionel Messi para construir o fomentar discursos de odio en conexión o motivados por ideología política?
- PI3. ¿Cuáles son los rasgos o dinámicas habituales en los hilos que comentan las noticias y cómo afectan al desarrollo de los discursos de odio?

Este estudio usa un método híbrido. En una primera fase se utilizaron técnicas cuantitativas para hacer una selección que fuera relevante para acotar el análisis cualitativo a los hilos de comentarios donde hubiera mayor potencial de discurso político asociado con Messi. En una segunda fase interesaba evaluar los comentarios en profundidad e identificar la incidencia de los discursos de odio y también patrones de contenido previsiblemente complejos en una cantidad de texto potencialmente valioso, pero que presentara un volumen manejable.

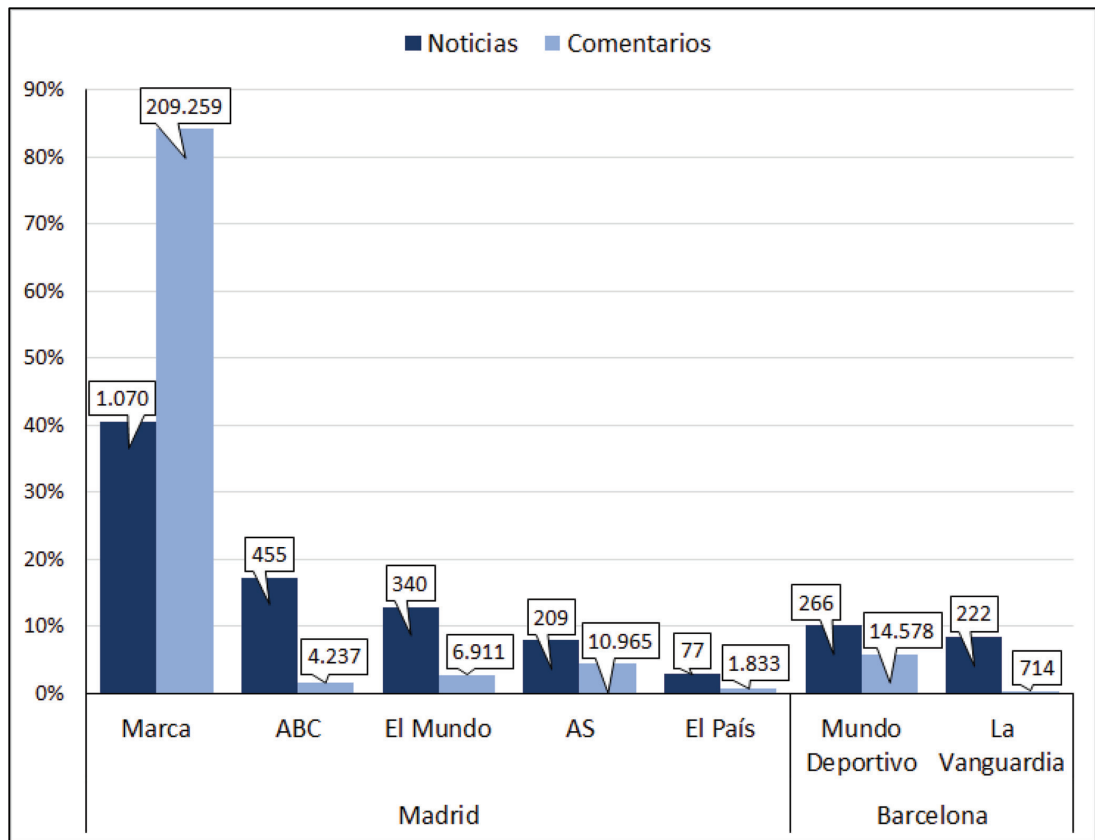
Con este objetivo se utilizó la base de datos Cartodio, que aplicó técnicas de *web scraping* para descargar más de un millón de noticias, con sus correspondientes comentarios, de los periódicos *20 minutos*, *ABC*, *AS*, *El Mundo*, *El País*, *La Vanguardia*, *Marca* y *Mundo Deportivo* para el período 2019-2020. La base de datos no logró incluir todas las noticias de 2019: excluye a *Mundo Deportivo* todo el año y los ocho primeros meses de *El País*, porque estos diarios retiraron los comentarios a un servidor externo al que el *scraping* no pudo acceder. Sin embargo, sí se pudo extender la recogida de datos de *ABC* y *El Mundo* para 2021, lo cual amplía el estudio con estos dos periódicos hasta incluir el fin de la etapa de Messi en el

ⁱ Los comentarios de los usuarios se reproducen durante el artículo respondiendo a su redacción original, incluyendo erratas, onomatopeyas o faltas de ortografía.

Barcelona. Partiendo de esa base de datos se hizo una preselección amplia con todas las noticias disponibles en las que apareciese la palabra “Messi” en el titular. Esta búsqueda dio un resultado de 2.639 noticias y casi 250.000 comentarios sobre los que trabajar (figura 1).

Posteriormente, se seleccionaron 6 hilos de comentarios en Madrid y otros 6 de la prensa editada en Barcelona que tuvieran mayor prevalencia de términos potencialmente útiles para nuestro análisis, buscando la aparición de los términos *catalanuf*, *cataluf*, *democracia*, *democratic*, *democrático*, *independ*, *preso*, *procés*, *prosés*, *prucés*, *prusés*, *polític*, *politic* (tablas 1 y 2). Este listado, en el que sólo aparecen noticias de *Marca*, *El Mundo*, *La Vanguardia*

Figura 1. Noticias y comentarios con Messi en el titular



Fuente: elaboración propia.

Tabla 1. 6 noticias con más prevalencia de términos políticos en la prensa de Madrid

Fecha	Medio	Titular	Comentarios
17/05/2019	Marca	El gesto de Leo Messi mientras todos coreaban Libertad, presos políticos	198
11/09/2019	Marca	Cardoner: Messi puede entrar y salir del club cuando crea oportuno	106
16/05/2019	El Mundo	Messi recibe la Creu de Sant Jordi por los servicios prestados a Cataluña	43
31/01/2021	El Mundo	Messi y el Barça anuncian acciones legales contra EL MUNDO tras desvelar el mayor contrato de la historia del deporte	32
05/08/2021	El Mundo	Leo Messi cierra su etapa en el Barcelona	39
07/08/2021	El Mundo	Messi, una cuestión de vida o muerte en el Barça: La supervivencia pasaba por su salida	28

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. 6 noticias con más prevalencia de términos políticos en la prensa de Barcelona

Fecha	Medio	Titular	Comentarios
30/03/2020	Mundo Deportivo	Messi anuncia una bajada de sueldo del 70% en el Estado de Alarma	14
25/09/2020	Mundo Deportivo	Messi despide a Luis Suárez con otro palo a la directiva del Barça	9
29/08/2020	Mundo Deportivo	Las razones del Barça para no vender a Messi	7
04/09/2020	La Vanguardia	Messi se queda a disgusto en el Barça y cumplirá su contrato	6
26/12/2020	Mundo Deportivo	Messi: "Guardiola y Luis Enrique han sido los mejores"	3
27/08/2020	La Vanguardia	La FIFA ampara a Leo Messi	2

Fuente: elaboración propia.

y *Mundo Deportivo*, no excluía la posibilidad de falsos positivos (cualquier uso del adverbio "independientemente" sería seleccionado por el filtro, por ejemplo) o falsos negativos (cualquier comentario de índole política que no haga uso de ninguno de esos términos sería excluido). Sin embargo, no se trata de una limitación

relevante: la fase cuantitativa simplemente identificaba hilos de comentarios donde el volumen de discusión sobre el tema del *procés* y el independentismo fuera significativo. Una vez localizados los hilos con mayor discusión política, el análisis cualitativo de los comentarios automáticamente eliminaría el impacto de los errores de tipo I y tipo II inherentes a la fase cuantitativa.

3. Resultados

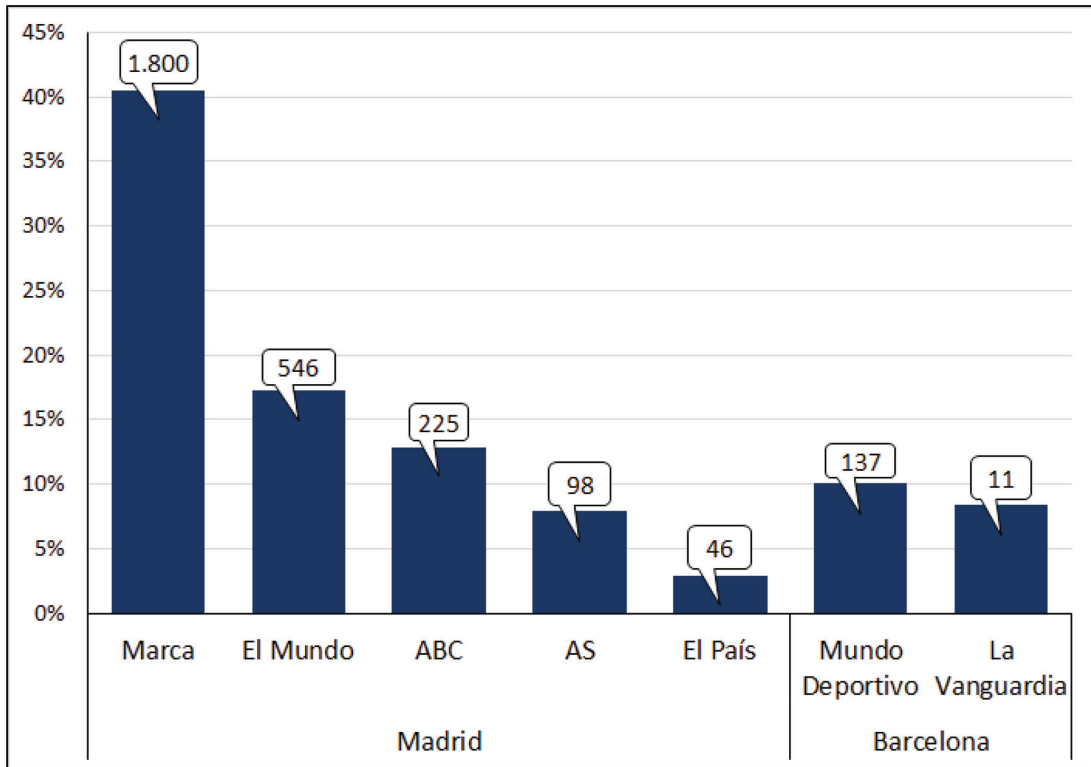
3.1. Los comentarios políticos según tipo de prensa y lugar

La selección cuantitativa de los 12 hilos más relevantes entre Madrid y Barcelona ya muestran diferencias importantes entre la prensa de ambas ciudades. La incidencia de discusiones políticas sobre el *procés* y el independentismo catalán es abrumadoramente mayor entre los usuarios de prensa de Madrid en comparación con la de Barcelona: 95% frente a 5% (figura 2). La prensa de Madrid publica un mayor volumen de noticias sobre Messi en el periodo analizado: más del cuádruple. Esto se debe en parte al mayor número de medios en Madrid, pero si se elimina este efecto basando la ratio en promedios por periódico (tabla 3), el desequilibrio sigue siendo notable: casi el doble. Igualmente se registra en Madrid un volumen mayor de comentarios en las noticias sobre Messi, independientemente de si se habla de política o no. Este mayor volumen promedio se da por noticia, por periódico y también en cómputo global, y varía en proporciones de entre 6,1 a 1, en los comentarios generales, y 7,1 a 1 para los comentarios específicamente políticos (tabla 3).

Del total de los comentarios relacionados con el *procés* y el independentismo en las informaciones sobre Lionel Messi, un 71% de las intervenciones se dan en la prensa deportiva frente al 29% de la generalista (figura 2).

La noticia sobre Messi que registró más valoraciones políticas fue la entrega de la Cruz de Sant Jordi a Messi, principalmente por un detalle: cuando el auditorio aplaudió gritos en favor de los presos independentistas, Messi no lo hizo. En *El Mundo* no se destaca en el titular la actitud de Messi ante los aplausos y se limitan a reflejar lo que sucedió en unas líneas descriptivas dentro de la información: “fue protagonista también durante los aplausos y cánticos por la liberación de los presos del *procés* cuando, al contrario que los presentes, cruzó las manos y no se

Figura 2. Frecuencia de términos políticos relacionados con el procés y el independentismo catalán en los comentarios



Fuente: elaboración propia.

sumó al gesto de los demás” (Cabezas, 2019). En los 157 comentarios, la presencia de opinadores independentistas es casi inexistente. Esta ausencia de contrapunto marca el hilo de intervenciones. En los comentarios se especula con la razón por la que Messi no aplaudió y lo que significa. La inmensa mayoría de los textos creen que el gesto de Messi está en contra de los intereses independentistas. Los usuarios sienten de forma mayoritaria que Messi es “neutral en el asunto de la independencia” (#130) o que “ni le va ni le viene” (#123). Aunque esa neutralidad de Messi no significa que los comentaristas lo fueran al comentarla: “esas manifestaciones destructivas de la convivencia no le van en absoluto” (#116; Cabezas, 2019).

Tabla 3. *Diferencias cuantitativas entre los diarios de Madrid y Barcelona*

	Prensa de Madrid	Prensa de Barcelona	Ratio Madrid/Barcelona	Ratio ajustada por no. de medios
Número total de noticias disponibles en Cartodio	514.194	80.816	6,4 / 1	2,5 / 1
Número total de noticias en Cartodio (período 2019-2020)	376.515	80.786	4,7 / 1	1,9 / 1
Número total de noticias con Messi en el titular	2.151	488	4,4 / 1	1,8 / 1
Comentarios totales en todas las noticias de Messi	233.205	15.292	15,3 / 1	6,1 / 1
Comentarios políticos en todas las noticias de Messi	2.257	127	17,8 / 1	7,1 / 1
Promedio de comentarios por cada noticia de Messi	108	31	3,5 / 1	1,4 / 1
Promedio de comentarios políticos por noticia de Messi	1.0	0,3	4,0 / 1	1,6 / 1

Fuente: elaboración propia.

Cuando la misma noticia se publica en *Marca*, la dinámica de los comentarios cambia: ahora sí hay conflicto. Primero, la participación es masiva: 1.299 comentarios. Segundo, hay un tono general que valora como positivo el gesto de Messi, como reflejan las 51 veces que se usa la palabra “grande” para describir al jugador. Tercero, la no adscripción ideológica del periódico al ser un diario deportivo, aunque identificado más con Madrid y específicamente con el Real Madrid, hace que sí que haya comentarios independentistas. Los usuarios de *Marca*, en cuanto al tipo de comentarios políticos, se pueden dividir claramente en dos grupos: los independentistas, por un lado, y los que están en contra de la independencia. Los primeros – bastante menos numerosos – se distribuyen a lo largo de todo el tiempo que dura el hilo (casi dos días) y son ocho usuarios. Algunos son más activos, otros tienen participaciones muy puntuales y su presencia en las discusiones es más efímera. Incluso llegan a solaparse dos de ellos interviniendo de forma simultánea, aunque lo normal es que se sucedan unos a otros, lo cual permite que haya una tensión sostenida entre las posiciones durante todo el hilo. Los que están en contra del

independentismo consideran que Messi no aplaude por hartazgo: “Messi, al igual que muchos catalanes o no catalanes que vivimos en Catalunya, estamos hasta los huevos del tema este. Gentuza!” (#59; Navarro, 2019) o “Grande por mandarlos a la porra con ese gesto” (#813). Otro usuario lo ve más como una prueba de personalidad, pero muy asociada con su lectura de lo que sucede en Cataluña: “no te van a comer el coco” (#193). Otros no se atreven a ir demasiado lejos: “muchos catalanes que vean esa actitud incómoda de su ídolo se sentirán identificados” (#525). Y los hay que aprovechan para criticarle: “lo que le paso es que se asusto, como en Anfield” (#193; Navarro, 2019).

Muy diferente es la opinión de los independentistas, que se mueven entre la neutralidad del gesto -“quiere mantenerse al margen” (#986) o “pareciera que Messi en lugar de aplaudir estuviera haciendo peinetas. Mírense bien el vídeo, no aplaude pero muestra respeto” (#922)- y los que deciden justificar su decisión por miedo a lo que le podrían hacer en las televisiones si aplaudiera: “lanzando bombas y fakenews contra Messi durante mas de 10 años y pidiendo cárcel por sedición... En el bando malo sabe Messi que no pasa nada” (#907; Navarro, 2019).

3.2. Insultos y retórica de odio

En *Mundo Deportivo*, *La Vanguardia* y *Marca* se detecta la presencia de moderadores que eliminan mensajes. En *El Mundo* no hay rastro de esta actividad: todos sus mensajes aparecen numerados correlativamente. Esta ausencia de moderador se traduce en un número de descalificaciones mayor, sobre todo en la noticia número 4 (tabla 1), donde se publican términos como “sufre separata rata” o “¡AmiMeMola, muérete!”. Aun así, el análisis en conjunto revela relativamente pocos insultos directos o palabras despectivas en comparación con el volumen del material revisado. Este tipo de lenguaje existe en los comentarios referidos a Messi, al que se describe como “enano autista”, “semianalfabeto”, “analfabeto” o “borderline” (Cabezas, 2021a) o se le acusa de ser “traidor y botifler del año” (#1059; Navarro, 2019); o dirigidos a otros usuarios que escriben en los hilos (“Sois paletos (...)”, #117; Cabezas, 2019), o incluso también referidos a todos los independentistas: “payasos” (Ruipérez, 2020); “(...) no se ha dejado manipular por la “panda” de cazurros, catetos y trogloditas” (Cabezas, 2019); “(...) de este modo se evitará que

salgan engendros como Junqueras y Torra (#246; Navarro, 2019), o “no hay campo sin grillo ni tonto sin lazo amarillo” (#934; Navarro, 2019). El hartazgo sobre el tema político también lleva a algún comentario que descalifica a todos a la vez: “Digo que tan tontos son los independentistas cuando meten la política en el fútbol, como cuando lo hace alguien que no lo es como tú” (*Mundo Deportivo*, 2020).

En ocasiones, la respuesta a estos términos y retórica de odio es cierta autogestión de los propios comentaristas a través de llamadas a la serenidad – “dont feed the Trol” (Martínez, 2020) – o a la colaboración para neutralizar a un participante, a veces también incluyendo violencia verbal, y creando una especie de efecto *búmeran* al usar el propio mensaje para descalificar al creador. Un usuario (*Cento*), con un historial de comentarios agresivos en el mismo hilo, escribe un texto con contenido de odio: “Continuaré hasta que en España no quede ni el olor a catalán. Fuera todo lo catalán de España (#440; Cabezas, 2021a). La intervención de *Cento* genera cuatro comentarios agresivos: todos de rechazo. Un usuario le recuerda que “todo catalán o todo energúmeno como tu” (#444); y otro elabora algo más su respuesta, pero también desapruueba el comentario: “Tiene que ser muy triste vivir con esa miseria moral encima, créame que le acompaño en el sentimiento, a usted y a los que tengan que sufrirlo en la cercanía, un saludo” (#484). *Cento* se queja del trato que recibe y de los “insultos”: “Curioso, ¿es miseria moral querer lo mejor para mi país?, pienso que los catalanes están fastidiando la convivencia en mi país. La miseria moral es la tuya que tratas de impedir mi opinión con los insultos” (#497). En todo este proceso discursivo, que dura más de seis horas, *Cento* también recibe una adhesión que sugiere un boicot a los productos catalanes y “un acuerdo de divorcio justo y que se piren ya” (#451). Sin embargo, los últimos mensajes sobre la conversación, los que tienen cierta superioridad en la creación de sentido final, al no ser contestados ni cuestionados por nadie, refuerzan el rechazo a su mensaje de odio: “no todos los catalanes son como Puigdemont y su banda, pero parece que eres demasiado limitado como para entenderlo” (#501) y “¡Chalao!” (#504).

El mismo usuario (*Cento*) escribió un mensaje similar meses antes, también en *El Mundo*: “Lo que tienen que hacer los catalanes es abandonar las competiciones españolas, mejor aún todos los catalanes abandonar España, es muy pesado aguantar a esa gente a diario. Por una España libre de catalanes” (#9; Cabezas, 2021b). Nuevamente, tres usuarios atacaron su mensaje en menos de una hora y le

recordaron que no todos los catalanes son independentistas: “Lamento mucho sus declaraciones y más su insolidaridad con los catalanes que piensan como yo, que son unos cuantos millones” (#72).

3.3. Formas de leer un hilo y sus consecuencias

Para poder entender la influencia que pueden tener los mensajes con discursos de odio en los hilos resulta importante exponer las dos formas de leer que tienen los usuarios. Hay dos patrones. Por un lado, están los que replican a los comentaristas que están próximos al momento en el que ellos deciden participar. Esta forma de interactuar con el hilo supone que las conversaciones virtuales o los comentarios que surgieron mucho antes no les influyen: no leen de forma narrativa; desde el principio hasta el final. De tal manera que los usuarios que deciden permanecer mucho tiempo en el hilo o apartarse y regresar tiempo después para seguir participando tienen más capacidad de influir que otros que escriben y leen de forma puntual. Un usuario interviene en el mismo hilo hasta 3 veces diferentes con un intervalo de más de 6 horas para introducir la misma idea:

“Y Puigdemont libre por Europa ¿por qué?” (#103. 10:57)

“Josu Ternera, prófugo de la justicia, vivía escondido y sin presentarse ante los tribunales. Puchy se presentó ante las justicias belga y alemana, la guardia civil no lo vigila, que se sepa, y todo El mundo sabe donde vive” (#231, 11:44)

“¿Por qué extradición para Josu Ternera y no para Puchy? ¿qué pasa? (#823. 17:02; *Marca*, 2019)

En este esquema de lectura, cuanto más aparezca una idea, más capacidad de influencia tiene porque puede llegar a más personas sin que estas lean otros mensajes que refutan o matizan el suyo. En cambio, otros lectores sí hacen una lectura narrativa del hilo, remontándose a comentarios que están muy atrás, incluso al principio. Eso les permite tener la perspectiva que dan varias o muchas conversaciones virtuales, no sólo una o dos. Es más, a pesar de que un comentario está muy alejado, y hay pocas o nulas posibilidades de continuar la conversación, muchos usuarios eligen dejar su respuesta para apoyar o contrarrestar la opinión de otra persona: y esos mensajes también se leen, a pesar de la desconexión entre los que

crean el debate. En todos los hilos existen estas conversaciones con horas o días de distancia: el comentario 190 de un hilo contesta al número 7 y lo hace casi un día después (Cabezas, 2021c); el número 660 responde al 28 que se hizo más de 5 horas antes (Navarro, 2019); el usuario que escribe el comentario 436 para replicar al número 2 no repara en el intervalo entre mensajes de casi 12 horas (Cabezas, 2021b), etc. Los usuarios siguen respondiendo mensajes más por la necesidad de expresarse o de dominar el significado último de la conversación que por la de comunicarse con el autor del mensaje original.

Otra prueba de que muchas veces el hilo de comentarios constituye una narración en sí misma, que los usuarios desean seguir desde el principio, está en los comentarios más valorados. De forma sistemática, los usuarios que reciben más aceptación a lo que dicen son los que intervienen primero; y recogen así no sólo el apoyo de los lectores que leen y escriben cuando ellos lo hacen, sino también de los que vienen después y reemprenden la lectura desde el primer comentario. De los seis hilos de comentarios analizados en la prensa de Madrid, cuatro de ellos están por encima o cerca de los 500 mensajes (*Marca*, #1299 y #737; *El Mundo*, #534 y #488) y dos en torno a los 200 (*El Mundo*, #157 y #193). Únicamente un 3% de los que intervienen más allá del mensaje 50 en estos hilos están entre los más apoyados. Si un usuario escribe uno de los primeros 10 mensajes tiene más posibilidades de ser seleccionado como uno de los comentarios más respaldados: un 48% de las intervenciones con más aprobación están entre los 10 primeros que participan; y un 77% se sitúan entre los 25 que aparecen en primer lugar.

4. Discusión

La prensa de Madrid le dedica más atención a Lionel Messi en el periodo analizado que la prensa de Cataluña: se localiza en Madrid un volumen mayor de comentarios en las noticias sobre Messi, independientemente de si se habla de política o no. Del total de los comentarios relacionados con el *procés* y el independentismo, un 71% de las intervenciones se dan en la prensa deportiva frente al 29% de la generalista (PI1). La prensa deportiva aglutina más comentarios políticos y también más conflictos y debates que la generalista, porque los usuarios son de ideologías

y sensibilidades territoriales heterogéneas frente a los de la prensa generalista que se definen más por su homogeneidad ideológica. Una vez descontadas las diferencias por el mayor número de medios estudiados en Madrid, el promedio de comentarios políticos en las noticias es de 7,1 a 1 a favor de los usuarios madrileños en contra de la abstención de los que interactúan en prensa catalana. La prensa y los usuarios de Barcelona, ya sea por autocensura o hartazgo, por no introducir a Messi en la discusión política o por un simple deseo de no mezclar temas heterogéneos, se abstienen de hacer referencias políticas sobre el jugador o de usar las noticias y los comentarios para analizar o discutir temas políticos como el independentismo catalán. En cambio, los medios de Madrid no rehúyen el tema político en algunas informaciones y los usuarios de sus medios sí utilizan los comentarios para comentar sobre política e independentismo en relación con Messi (PI1). Más allá de insultos puntuales, los comentarios no atacan a Messi, pero sí utilizan sus acciones o los sucesos de su vida para socavar la legitimidad o autoridad del independentismo e introducir al mismo tiempo palabras o argumentaciones asociadas a los discursos de odio.

En la prensa madrileña, el periódico condiciona de forma decisiva el tipo de usuarios que escribe. Las dinámicas retóricas o el tono de los comentarios no cambian porque un periódico sea generalista o deportivo, pero sí se notan diferencias en cuanto a la variedad de las reflexiones que exhiben los hilos. En las informaciones de *El Mundo*, vinculado ideológicamente al centroderecha, los usuarios independentistas son casi inexistentes, lo que hace que las conversaciones virtuales sean casi monólogos, sin conflictos o divergencias de fondo importantes, mientras que *Marca*, diario deportivo sin adscripción ideológica, recoge abrumadoramente más discusiones políticas por los conflictos entre los usuarios independentistas y los no independentistas. Aunque los primeros son menos, su presencia resulta suficiente para generar discusiones durante todo el hilo (PI2).

En la muestra analizada se percibe que una discusión *online* siempre es incompleta; no tiene una narrativa cerrada; no hay conclusiones y los intervinientes no están dispuestos a comprender o asimilar nuevos argumentos y permanecen firmes en sus planteamientos, aunque sí buscan fórmulas retóricas para hacerlos predominar y refutar los argumentos del contrario. En los hilos con más comentarios hay más conflicto y también más hostilidad (Ksiazek, 2018). Un lector tiene acceso a los comentarios a través de dos patrones de lectura: ocasional (leyendo

sólo los comentarios que están próximos) o narrativa (leyendo desde el primer comentario). El número de argumentaciones o refutaciones que puede leer un lector condiciona su construcción de sentido sobre la información y sobre la tolerancia a los discursos de odio. Aunque las medidas que toman los medios reducen los insultos directos se comprueba que resulta realmente complicado impedir el discurso incívico, porque “la riqueza del lenguaje, el contexto de interpretación e incluso en algunos casos sesgos involuntarios, provocan que se puedan escapar comentarios que formarían parte del discurso de odio” (Paz-Rebollo et al., 2021, p. 6). Aun así, cuanto más lee un lector un hilo cualquiera, más probable es que advierta el auténtico peso de los discursos de odio en los sucesivos debates y la reacción mayoritaria de los participantes al tono y al fondo de esos comentarios. En los hilos se aprecia un efecto búmeran: si bien los mensajes de odio siempre pueden encontrar algún apoyo, el rechazo de la mayoría es habitual. Si este tipo de comentarios son convenientemente neutralizados, su presencia puede suponer un rechazo mayor y más profundo de las ideas que transmiten que si no aparecieran en el hilo.

En los hilos se acumulan varias conversaciones virtuales de forma simultáneas y más de 50 a lo largo de todo el hilo si éste es lo suficientemente extenso. La presencia de comentarios incívicos, claramente identificativos como contenido de odio, genera ira (Ksiazek et al. 2015), pero sólo en parte porque, a pesar de la presencia de mensajes de odio, algunas conversaciones continúan lo suficiente como para mostrar un rechazo mayoritario a estos contenidos por número de intervinientes y por calidad retórica (PI3). Es cierto que ciertas contestaciones también revelan contenido de odio en su forma de expresión; lo cual parece inevitable: “porque no todo el mundo actúa de forma racional” (Lee, 2016, p. 1). Pero un comentario que tenga signos claros de discurso de odio puede no ser negativo (Naab et al., 2020, p. 13) si aparece como *derrotado* en la dinámica de intervenciones por un contraargumento o simplemente por la cancelación de su respuesta a través del silencio o de la acción conjunta de varios usuarios (PI3).

El análisis de las conversaciones virtuales y el hecho de que los comentarios más valorados sean sistemáticamente los primeros (77%) sugiere que la lectura narrativa del hilo está extendida, aunque serían necesarios más estudios para valorar cuántos lectores optan por hacer la lectura de un hilo de forma narrativa y cuántos de forma puntual. También resultaría importante estudiar en qué medida

la presencia de comentarios con rasgos de discurso de odio es disruptiva o, por el contrario, los usuarios dan por asumida cierta agresividad en las conversaciones virtuales y marcan límites cuando esta es excesiva y se autorregulan confirmando el efecto búmeran. Sería interesante analizar en qué circunstancias y por qué tipos de mensajes los usuarios son más proclives a cancelar por sí mismos los comentarios que incluyen discursos de odio.

Contribución de autores

José Cabeza: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Adquisición de fondos, Investigación, Administración de proyecto, Recursos, Supervisión, Validación, Redacción – Borrador original y Redacción – Revisión y edición.

Raúl Casado: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Metodología, Recursos, Software, Supervisión, Validación, Redacción – Borrador original y Redacción – Revisión y edición.

Manuel Gómez: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Validación, Redacción – Borrador original y Redacción – Revisión y edición.

Todos los autores han leído y están de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

Conflictos de intereses

Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Financiación

Esta investigación se ha realizado dentro del proyecto de investigación PID2019-105613GB-C31, “Cartografía de los discursos del odio en España desde la Comunicación”, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

Referencias

- Barnes, Renee (2015). Understanding the Affective Investment Produced Through Commenting on Australian Alternative Journalism Website New Matilda. *New Media & Society*, 17(5), 810–826. <https://doi.org/10.1177/1461444813511039>.
- Beckert, Johannes & Ziegele, Marc (2020). The Effects of Personality Traits and Situational Factors on the Deliberativeness and Civility of User Comments on News Websites. *International Journal of Communication*, 14, 3924–3945. <https://tinyurl.com/47f3b49r>
- Cabezas, Francisco (16 de mayo de 2019). Messi recibe la Creu de Sant Jordi por los servicios prestados a Cataluña. *El Mundo*. <https://tinyurl.com/y9tuty4v>
- Cabezas, Francisco (5 de agosto de 2021a). Leo Messi cierra su etapa en el Barcelona. *El Mundo*. <https://tinyurl.com/2s372kuc>
- Cabezas, Francisco (31 de enero de 2021b). Messi y el Barça anuncian acciones legales contra EL MUNDO tras desvelar el mayor contrato de la historia del deporte. *El Mundo*. <https://tinyurl.com/bduatpt4>
- Cabezas, Francisco (7 de agosto de 2021c). Messi, una cuestión de vida o muerte en el Barça: La supervivencia pasaba por su salida. *El Mundo*. <https://tinyurl.com/y9bhv83t>
- Coe, Kevi; Kenski, Kate & Rains, Stephen (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>
- Dohle, Marco (2018). Recipients' Assessment of Journalistic Quality. *Digital Journalism*, 6(5), 563–582. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1388748>.

- Ervedosa, Clara (2018). 'Elective affinities': interdiscursive dynamics between football, the economy and nationalism in Germany. *National Identities*, 20(1), 41-62. <https://doi.org/10.1080/14608944.2018.1530647>
- Gal, Noam (2019). Ironic humor on social media as participatory boundary work. *New Media & Society*, 21(3), 729-749. <https://doi.org/10.1177/1461444818805719>
- Gómez García, Salvador & Ballesteros-Herencia, Carlos (2019). Deporte en el éter: las emisiones deportivas de Radio Nacional de España en los inicios del franquismo. *Materiales para la Historia del Deporte*, 19, 106-116.
- Hwang, Hyunseo; Kim, Youngju & Kim, Yeojin. (2018). Influence of discussion incivility on deliberation: An examination of the mediating role of moral indignation. *Communication Research*, 45(2), 213-240. <https://doi.org/10.1177/0093650215616861>
- Juventeny, Silvia (2017). Much 'more than a club': Football Club Barcelona's contribution to the rise of a national consciousness in Catalonia (2003-2014). *Soccer & Society*, 10(1), 103-122. <https://doi.org/10.1080/14660970.2016.1267624>
- Ksiazek, Thomas (2018). Commenting on the News. Explaining the degree and quality of user comments on news websites. *Journalism Studies*, 19(5), 650-673. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1209977>
- Ksiazek, Thomas; Peer, Limor & Zivic, Andrew (2015). Discussing the News: Civility and Hostility in User Comments. *Digital Journalism*, 3(6), 850-870. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.972079>
- Kümpel, Anna-Sophie & Springer, Nina. (2016). Commenting Quality: Effects of User Comments on Perceptions of Journalistic Quality. *Studies in Communication and Media*, 5(3), 353-366. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-3-353>

Lee, Eun-Ju (18 de abril de 2016). Despite Flaws, Comments are Good for Public Discourse. *The New York Times*. <https://tinyurl.com/3eb7u3e4>

Lee, Eun-Ju; Jang Yoon-Jae & Chung, Myojung (2020). When and How User Comments Affect News Readers' Personal Opinion: Perceived Public Opinion and Perceived News Position as Mediators. *Digital Journalism*, 9(1), 42-63. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1837638>

Martínez, Juan-Bautista (4 de septiembre de 2020). Messi se queda a disgusto en el Barça y cumplirá su contrato. *La Vanguardia*. <https://tinyurl.com/4m39rzt2>

Naab, Teresa, Heinbach; Dominique, Ziegele Marc & Grasberger, Marie-Theres (2020). Comments and Credibility: How Critical User Comments Decrease Perceived News Article Credibility. *Journalism Studies*, 21(6), 783-801. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1724181>

Navarro, Cristina (11 de septiembre de 2019). Cardoner: Messi puede entrar y salir del club cuando crea oportuno. *Marca*. <https://tinyurl.com/2swbjcky>

Newman, Nic; Fletcher, Richard; Kalogeropoulos, Antonis; Levy, David & Nielsen, Rasmus-Kleis (2017). *Reuters Institute digital news report 2017*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-5srx-vt08>

Paz-Rebollo, María-Antonia; Cáceres-Zapatero, María-Dolores & Martín-Sánchez, Isabel (2021). Suscripción a la prensa digital como contención a los discursos de odio. *Profesional de la información*, 30(6), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.13>

Paz-Rebollo, María-Antonia; Montero-Díaz, Julio & Moreno-Delgado, Alicia (2020). Hate speech: a systematized review. *Sage open*, 10(4). <https://doi.org/10.1177/2158244020973022>

- Purcell, Kristen; Rainie, Lee; Mitchell, Amy; Rosenstiel, Tom & Olmstead, Kenny (2010). *Understanding the Participatory News Consumer*. Pew Research Internet Project. <https://tinyurl.com/53w8rr2m>
- Redacción Marca (17 de mayo de 2019). *El gesto de Leo Messi mientras todos coreaban Libertad, presos políticos*. Marca.com. <https://acortar.link/y5hNz7>
- Redacción Mundo Deportivo (3 de noviembre de 2020). *El City, listo para volver a la carga por Messi en enero*. Mundodeportivo.com. <https://shorturl.at/itET8>
- Redacción Sport (18 de diciembre de 2022). *¿Cuántos títulos tiene Lionel Messi?* Sport.es. <https://shorturl.at/dNPU0>
- Rojas-Torrijos, José-Luis & Guerrero-Caballero, Miguel (2021). *¿Un periodismo deportivo apolítico?: Estudio de las referencias al ‘procés’ catalán en la prensa deportiva digital en España*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 947-960. <https://doi.org/10.5209/esmp.72554>
- Rowe, Ian (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>
- Ruipérez, Carles (27 de agosto de 2020). *La FIFA ampara a Leo Messi*. *La Vanguardia*. <https://tinyurl.com/2byavzpn>
- Santana, Arthur (2016). *Controlling the Conversation. The availability of commenting forums in online newspapers*. *Journalism Studies*, 17(2), pp. 141-158. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.972076>
- Waddell, T. Franklin (2020). *The Authentic (And Angry) Audience*. *Digital Journalism*, 8(2), 249-266. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1490656>

- Wang, Sai (2020). The Influence of Anonymity and Incivility on Perceptions of User Comments on News Websites. *Mass Communication and Society*, 23(6), 912-936. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1784950>
- Wang, Sai (2021). Moderating uncivil user comments by humans or machines? The effects of moderation agent on perceptions of bias and credibility in news content. *Digital journalism*, 9(1), 64-83. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1851279>
- Weber, Patrick; Prochazka, Fabian & Schweiger, Wolfgang (2017). Why user comments affect the perceived quality of journalistic content: The role of judgment processes. *Journal of Media Psychology*, 31, 24-34. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000217>
- Zamith, Rodrigo & Lewis, Seth (2014). From public spaces to public sphere: Rethinking systems for reader comments on online news sites. *Digital journalism*, 2(4), 558-574. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.882066>