

Agosto 2025

# Boletín mensual de monitorización del discurso de odio en redes sociales

Este boletín tiene como objetivo analizar los contenidos de discurso de odio que circulan por las redes sociales, monitorizados y notificados a las plataformas de internet (Facebook, Instagram, X, TikTok y YouTube) en el mes de agosto de 2025. Así, los datos permiten explorar tanto las características y patrones del discurso como los grupos de población a los que está dirigido. En particular, se analiza la reacción de las plataformas ante la retirada de contenido, los grupos diana objeto del discurso de odio, los episodios prototípicos que lo suscitan y el tipo de contenido y lenguaje utilizado en los mensajes de discurso de odio.

*Nota: Los datos presentados en este boletín deben ser interpretados con cautela, ya que corresponden a los resultados del Sistema Faro que aún está en fase de optimización de la herramienta de inteligencia artificial.*

## Contenidos monitorizados

Durante el mes de agosto de 2025, el monitor FARO ha detectado 69.464 contenidos de discurso de odio en redes sociales, y estas han retirado el 40% de los contenidos reportados.

69.464

Mensajes detectados

40%

% Mensajes retirados

## Contenidos retirados

En el mes de agosto, las plataformas han retirado un 12% de los contenidos reportados, tras la notificación como usuario normal. El 6% de los contenidos ha sido retirado a las 24 horas, un 1% a las 48 horas y el 5% restante en el transcurso de una semana tras la notificación.

A su vez, mediante el uso de *trusted flagger* o comunicante fiable, se retiraron un 28% más de los contenidos reportados.

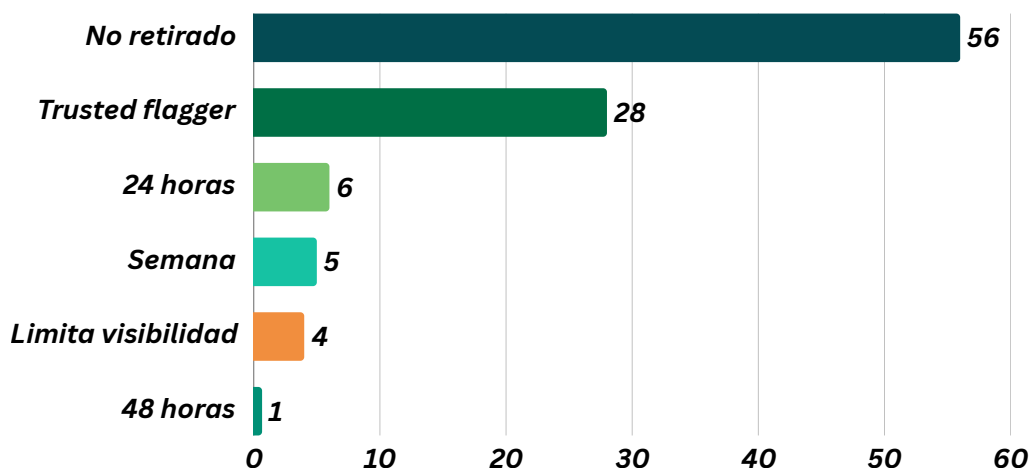
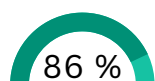
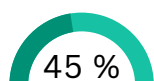


Gráfico reacción de las plataformas ante la retirada de contenido (%)



**TikTok es la plataforma con mayor tasa de retirada alcanzado el 86%,** seguida de Instagram (65%).



**Facebook ha retirado casi la mitad de los contenidos notificados,** aumentando su tasa de retirada en 10 puntos porcentuales respecto al mes anterior (35%).



**X retira tan solo un 7%** de los contenidos notificados al igual que YouTube (5%).



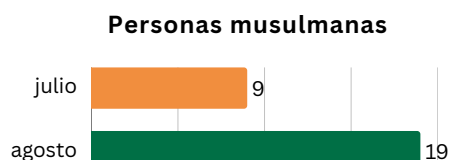
**YouTube sigue siendo la plataforma con menor tasa de retirada con solo un 5%.**

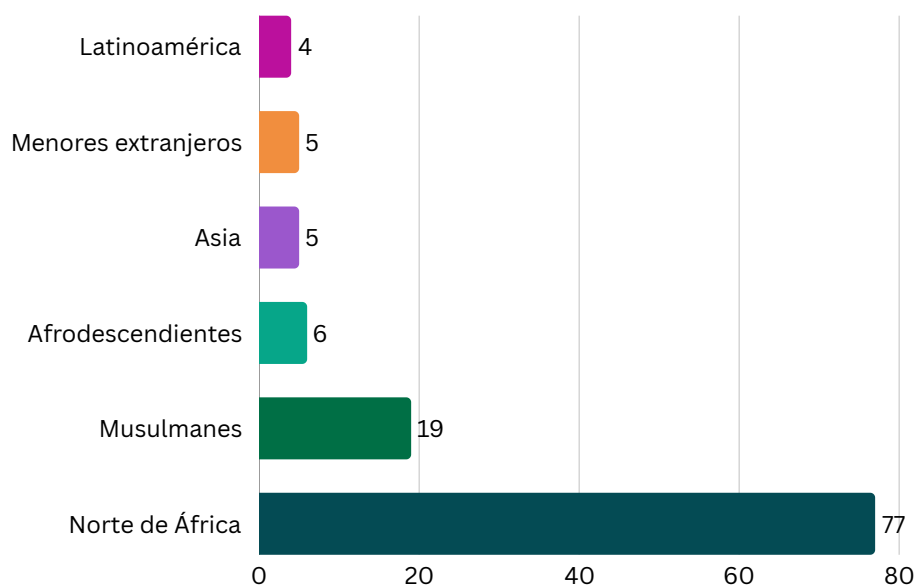
## Características del discurso de odio

### Grupo diana

El 77% de los contenidos de discurso de odio analizados durante el mes de agosto se dirigieron contra personas originarias del norte de África, lo que, pese a seguir siendo una proporción mayoritaria, representa una disminución de 9 puntos porcentuales respecto al mes de julio (86%).

Por otro lado, los mensajes hostiles hacia personas musulmanas han experimentado un aumento significativo, pasando del 9% en julio al 19% en agosto, lo que supone un incremento de 10 puntos porcentuales en tan solo un mes, a consecuencia de los diversos acontecimientos del mes de agosto que se detallan en el apartado de episodios prototípicos.



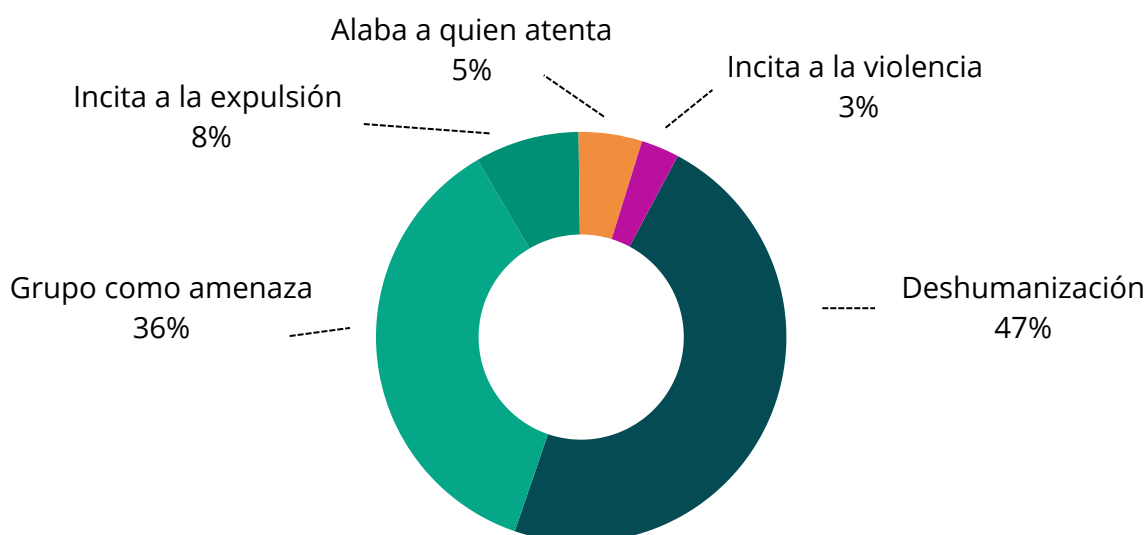


Por segundo mes consecutivo en este año, se han detectado mensajes de odio dirigidos a niños, niñas y adolescentes no acompañados. En el mes de agosto, el 5% de los contenidos de hostilidad han estado dirigidos a este grupo diana, un punto porcentual más que el mes anterior (4%).

## Tipo de contenido

Durante el mes de agosto, se registró un aumento significativo en los contenidos que deshumanizan o denigran a personas migrantes o de origen extranjero, los cuales pasaron del 34% en julio al 47%. Asimismo, se observó un incremento de 7 puntos porcentuales en los mensajes que presentan a estos grupos como una amenaza para la sociedad, alcanzando un 36% en agosto.

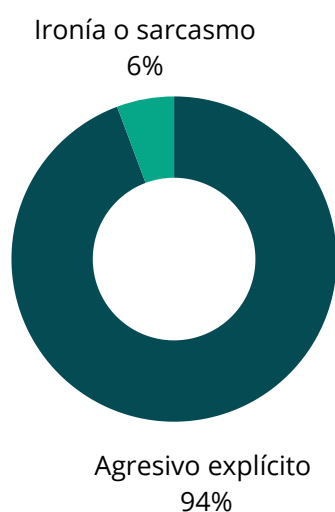
Por el contrario, se identificó un descenso relevante en los mensajes que incitan a la expulsión, que pasaron del 20% en julio al 8% en agosto. También se redujeron notablemente los mensajes que incitan a la violencia contra personas de origen extranjero, representando un 3% del total, lo que implica una disminución de 9 puntos porcentuales respecto al mes anterior.



## Expresión del lenguaje

La mayor parte de los mensajes reportados (94%) utiliza un lenguaje agresivo que se manifiesta a través de descalificaciones, insultos directos o lenguaje violento contra los grupos diana. Esto muestra que un contexto digital favorece la desinhibición, haciendo que el odio se muestre de manera abierta. Con comentarios como: "A reventar moros" o "Meterlo en una trituradora".

El 6% restante recurre a formas más sutiles, como a la ironía o el sarcasmo para transmitir mensajes discriminatorios.



Un 19% de los contenidos incorpora elementos visuales o codificados, como emojis, símbolos o alteraciones del lenguaje, lo que dificulta su detección automática. Ejemplos comunes incluyen el uso de fuego ("🔥 a todos los moros"), animales o símbolos junto a palabras modificadas, como "m\*ros".

## Episodios que suscitan discurso de odio

En el mes de agosto se observa un descenso significativo, de 27 puntos porcentuales, en los contenidos vinculados a la inseguridad ciudadana (49%) respecto al mes anterior, aunque este ámbito continúa siendo el principal detonante del discurso de odio.

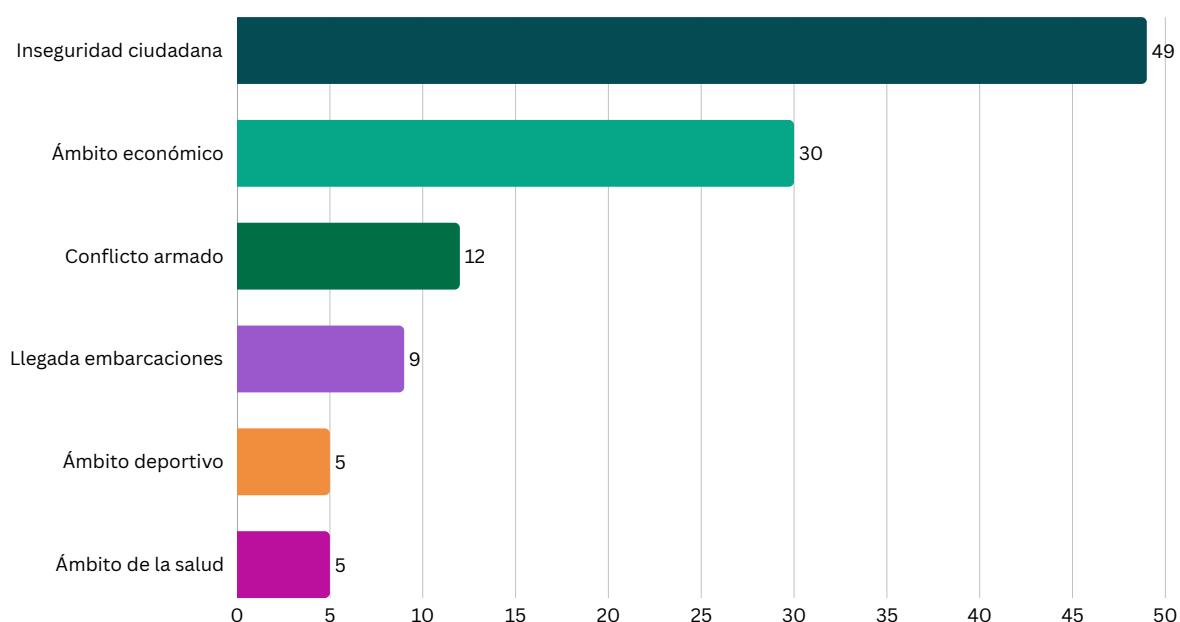
En este contexto, se identificaron dos picos relevantes de actividad. El primero tuvo lugar el 1 de agosto, a raíz de la difusión de una noticia sobre la investigación de una presunta agresión sexual cometida por varios varones en la localidad de Ferrol. Este hecho generó un aumento de mensajes que promovían la violencia y la expulsión de personas migrantes, con comentarios como: "Moros de mierda" "Hay que echar a todos los moros de España" o "den caza al moro", así como publicaciones que reforzaban estereotipos criminalizadores.

El segundo pico se produjo el 31 de agosto, tras la detención de un menor residente en el centro de acogida de Hortaleza, presuntamente implicado en la agresión sexual a una adolescente. En este caso, se observó una alta concentración de comentarios que relacionaban la inmigración con la delincuencia y la inseguridad, y que empleaban un lenguaje agresivo y deshumanizante, incluyendo incitaciones explícitas a la violencia: "pena de muerte al moro"; "nos están invadiendo"; "inmigración es igual a violaciones".

Asimismo, en el ámbito económico, los contenidos con discurso de odio representaron el 30% del total analizado, lo que supone un incremento de 18 puntos porcentuales respecto al mes anterior. Este aumento estuvo especialmente vinculado a la gestión de los incendios en diferentes comunidades autónomas y, en particular, a los sucesos ocurridos en Jumilla (Murcia).

La noticia sobre la prohibición de celebraciones religiosas islámicas en dependencias municipales y en la vía pública generó un pico significativo de contenidos el 7 de agosto, en los que se detectaron expresiones islamóforas y contenidos de odio dirigidos a personas musulmanas. Además, la misma noticia también dio lugar a la aparición de mensajes en los que se cuestionaban las medidas sanitarias aplicadas durante la celebración del sacrificio del cordero, en los que se empleaba un lenguaje ofensivo con connotaciones xenófobas.

Por otro lado, la cobertura mediática sobre el aumento de la afiliación extranjera a la Seguridad Social, en la que se destacaba a Marruecos como principal país de origen, generó numerosos comentarios en los que se acusaba a las personas migrantes de aprovecharse de los recursos públicos, recurriendo a estereotipos y generalizaciones que fomentan el rechazo social, con comentarios como *"Estos p... moros no trabajan viven de las paguitas"*.



Edita y distribuye: Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE)

Respecto al conflicto armado (12%), el conflicto israelí-palestino continúa generando comentarios antisemitas e islamófobos, como ya se observó durante el mes anterior. Entre los mensajes detectados se encuentran expresiones que justifican la violencia o niegan los derechos humanos fundamentales, lo que evidencia la persistencia de narrativas de odio en torno a este conflicto.

En relación con la llegada de personas migrantes en embarcaciones, el 9% de los contenidos analizados están vinculados a este episodio. El 11 de agosto se registró un pico de notificaciones asociado a la noticia sobre la reubicación, desde Canarias, de menores no acompañados. Esta información suscitó mensajes agresivos y deshumanizantes, con la utilización de un lenguaje violento y llamados a la acción física, lo que representa una grave manifestación de intolerancia: *“equipado por si hay que matar a moros e inmigrantes”*

Por último, también se identificaron contenidos de discurso de odio en el ámbito deportivo (5%), especialmente tras la celebración de los goles de Lamine Yamal en el partido del 31 de agosto entre el FC Barcelona y el Rayo Vallecano, diversos comentarios en redes sociales utilizaron el origen del jugador como un insulto, empleando descalificaciones xenófobas y asociándolo a estereotipos delictivos como robo e inseguridad ciudadana. Algunos de estos contenidos fueron: *“los moros como Lamine, solo vienen a Robar”* o *“moro pestoso”*.

En todos los casos mencionados, los contenidos analizados muestran cómo determinados eventos mediáticos pueden actuar como desencadenantes de reacciones hostiles en las redes sociales, activando discursos que refuerzan prejuicios, estigmatizan a los grupos diana y promueven la exclusión social.

*Nota: Por razones de protección de datos y responsabilidad institucional, los ejemplos de mensajes han sido omitidos o adaptados para evitar la reproducción literal de expresiones de odio.*

Edita y distribuye: Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE)



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL  
Y MIGRACIONES

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE MIGRACIONES



FUNDACIÓN LALIGA



Cofinanciado por  
la Unión Europea