

ENERO 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 enero 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.

Contenidos monitorizados

En el mes de enero de 2025 se han realizado 115 notificaciones a las plataformas de redes sociales, las cuales han retirado el 22,61% (23%) de los contenidos reportados.

115

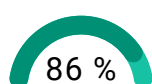
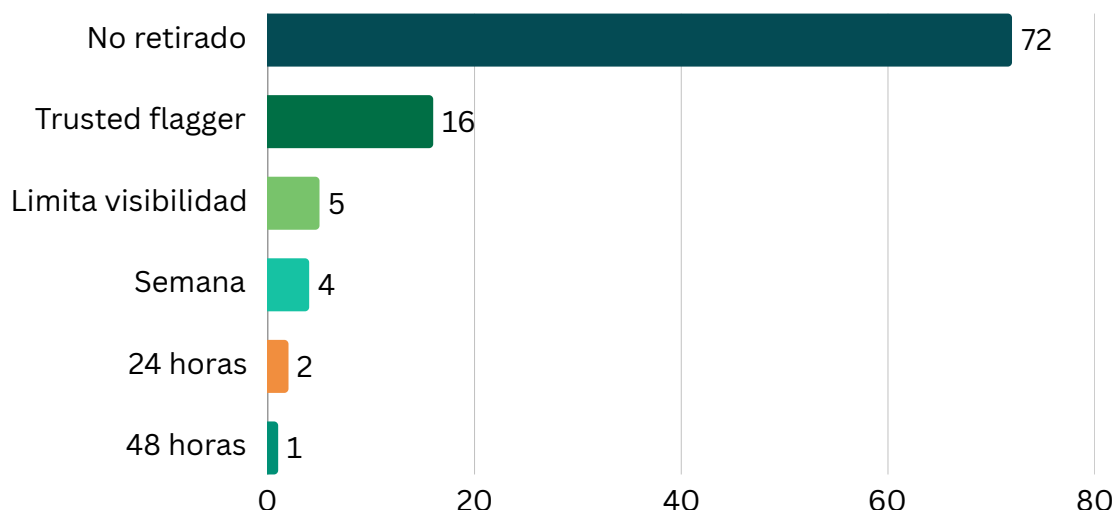
Mensajes reportados

23%

% Mensajes retirados

Contenidos retirados

En este mes, tan solo el 7% de los contenidos han sido retirados tras la comunicación por usuario normal. En cuanto a los tiempos de respuesta de las plataformas ante la retirada, el 2% de los casos se eliminaron a las 24 horas, el 1% en 48 horas y el 4% en el transcurso de una semana. Por otro lado, mediante el uso de la herramienta trusted flagger o comunicante fiable, que se empleó en 107 ocasiones, las plataformas retiraron 18 casos adicionales, lo que equivale al 16%.



TikTok ha sido la plataforma con la tasa de retirada más alta, alcanzando un 86%; seguida de Facebook con un 74%.



X solo ha retirado el 5% de sus casos notificados, aunque ha limitado la visibilidad de otro 5%.



YouTube e Instagram no han retirado ninguno de los contenidos notificados.



La web para el reporte de casos por la vía *trusted flagger* de YouTube no ha estado operativa este mes.

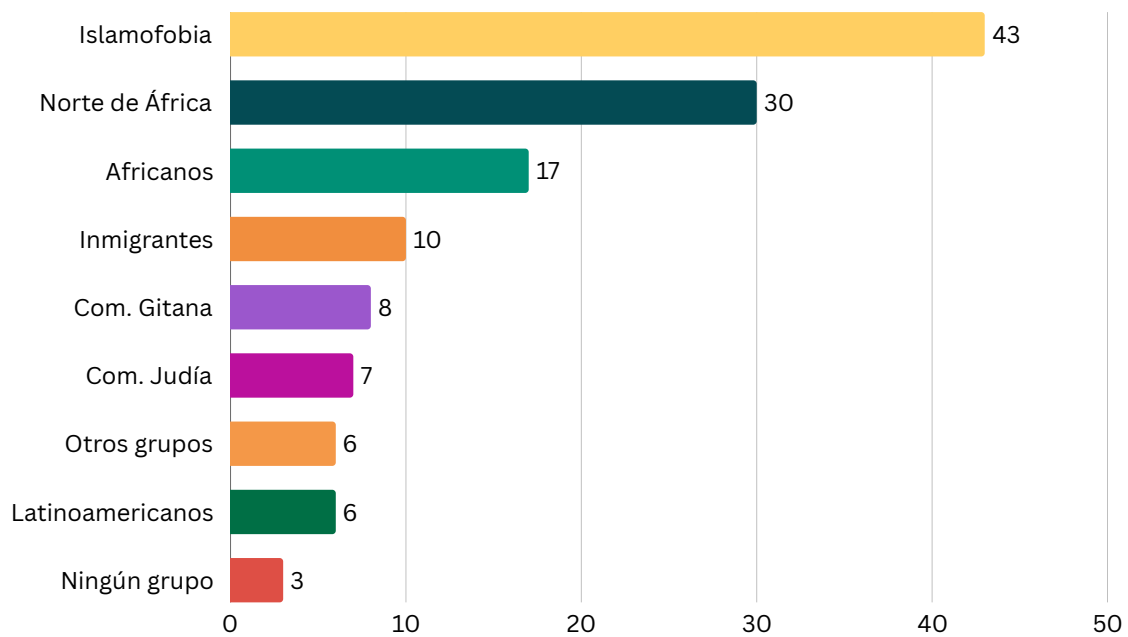
Características del discurso de odio

Grupo diana

Atendiendo al grupo diana al que se dirige el discurso de odio, la mitad de los contenidos de odio notificados han estado focalizados en las personas musulmanas (43%). Le siguen las personas del norte de África (30%) y a las personas afrodescendientes (17%). Por otro lado, en referencia a las niñas, niños y juventud no acompañada, en este mes, no se ha notificado ningún caso de discurso de odio.

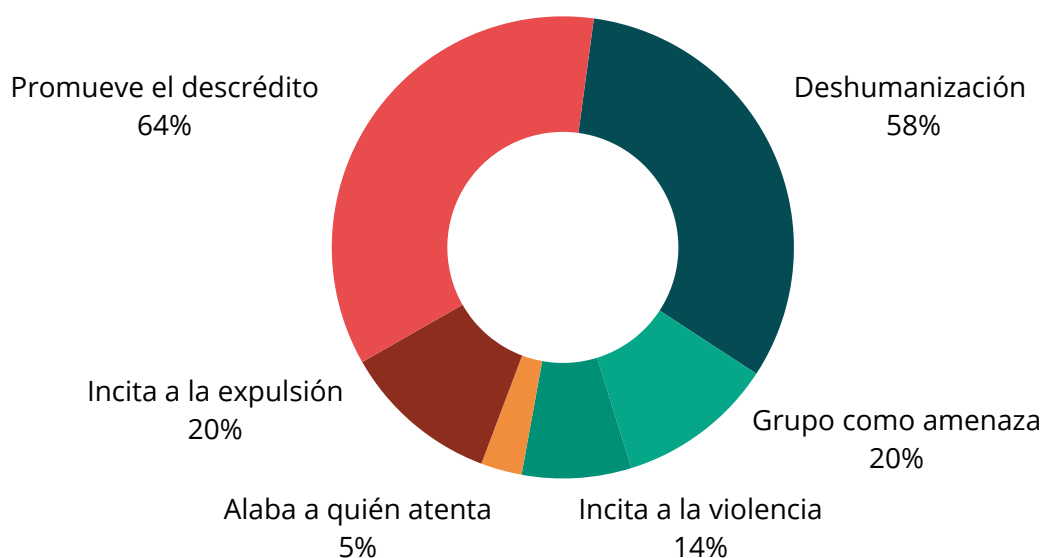


Los contenidos de **discurso de odio hacia las personas inmigrantes** en general han supuesto el 10% del total.



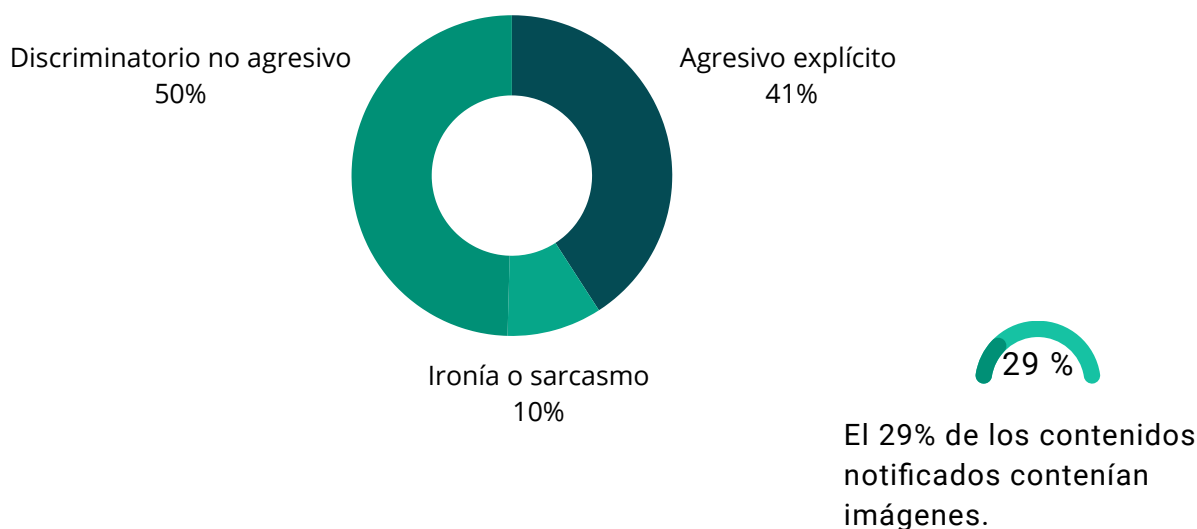
Tipo de contenido

En cuanto a la tipología del contenido del discurso de odio, en este mes han predominado los contenidos que promueven el descrédito de los grupos diana en base a estereotipos (64%), y le siguen los que deshumanizan y degradan a las personas de origen extranjero (58%). Por otro lado, un 20% promueven la expulsión de las personas de origen extranjero. Del mismo modo, en un 20% presentan al grupo como una amenaza para la ciudadanía, y en 14% se incita a la violencia con amenazas directas o indirectas. Por otro lado, un 5% de los contenidos alaban a quién ejerce el discurso de odio hacia los grupos diana.



Expresión del lenguaje

Atendiendo al tipo de lenguaje que se emplea, un 41% de los contenidos notificados presentan un discurso agresivo explícito que incluye insultos y otras expresiones agresivas. En un 50% de las comunicaciones es un contenido discriminatorio no agresivo. Por otra parte, la ironía y el sarcasmo se ha empleado en un 10% de las comunicaciones como lenguaje para encubrir los comentarios racistas y/o xenófobos. Además, en un 29% de los contenidos notificados se ha empleado imágenes y emoticonos, siendo esta una nueva estrategia para difundir más rápidamente el contenido de discurso de odio.



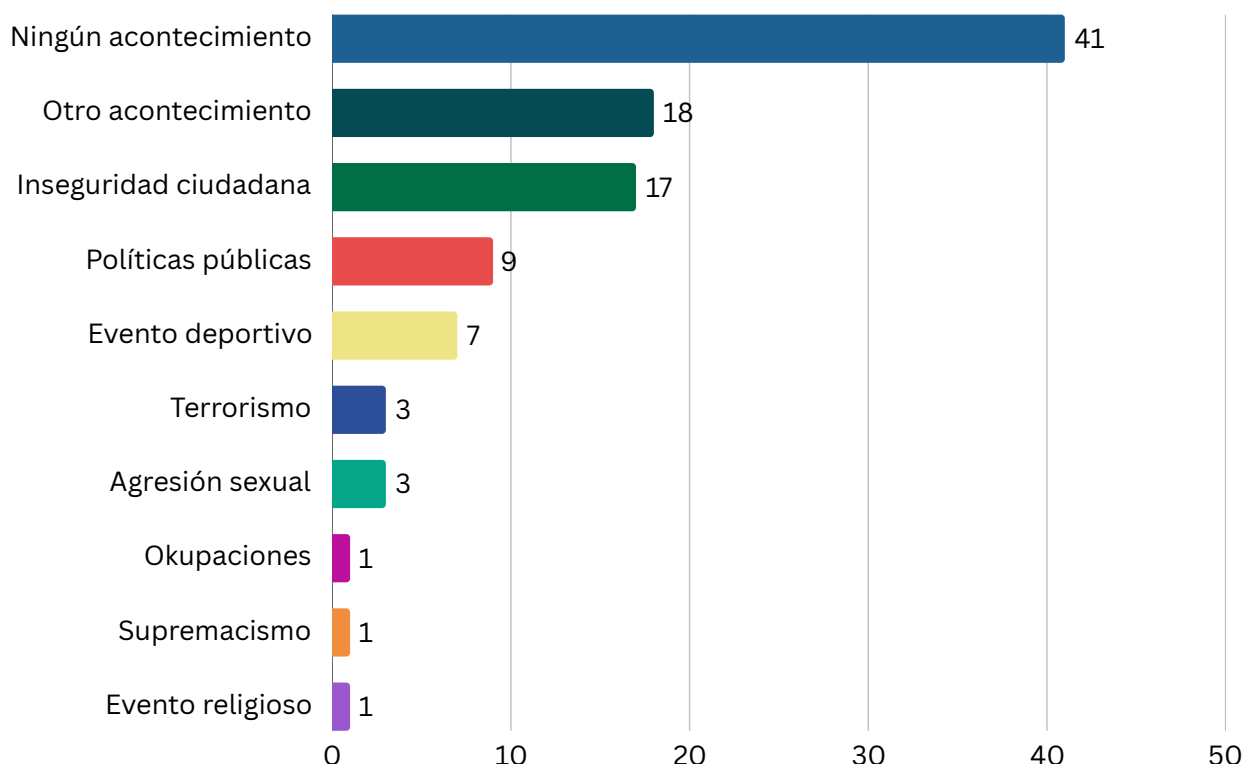
Episodios que suscitan discurso de odio

En enero no ha predominado ningún acontecimiento que desencadene el discurso de odio. El 41% de los contenidos han sido comentarios y/o imágenes que constituyen odio en sí mismo, sin estar vinculados a ningún suceso, incidente o hecho concreto. Por otra parte, se han identificado contenidos de discurso de odio que responden a publicaciones que señalan a personas de los diferentes grupos tratando de exponer sus actitudes, comportamientos y opiniones. Este tipo de publicaciones suscitan comentarios de discurso de odio que estigmatizan, deshumanizan y promueven el descrédito hacia todo el colectivo. Ejemplo de estas publicaciones son vídeos de personas musulmanas hablando sobre preceptos del islam; así como un vídeo de unas mujeres gitanas cantando en el metro.

No obstante, la inseguridad ciudadana sigue estando presente en el discurso de odio, el 17% de los contenidos vincula a las personas a las que se dirige el discurso de odio con la violencia o robo, ya sea de manera verídica o falsamente.

Por otro lado, el 7% de los contenidos de discurso de odio están directamente relacionados con el ámbito del deporte. En este terreno, destacan los mensajes de odio contra Vinicius Jr tras el partido de Liga disputado el 3 de enero entre el Valencia C.F. y el Real Madrid en Mestalla. Asimismo, se ha identificado discurso de odio dirigido hacia Lamine Yamal en relación con el partido de Liga entre el Getafe C.F. y el F.C. Barcelona el pasado 18 de enero.

Por otra parte, en el ámbito del deporte se han detectado mensajes de discurso de odio racista dirigidos a personas concretas en un contexto de discusión entre aficionados de diferentes equipos en las redes, especialmente en X. En estos casos, se hace uso de mensajes con todo agresivo y contenido de deshumanización para atacar a otro usuario en un marco de confrontación.



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