

Boletín de monitorización del discurso de odio en redes sociales en el fútbol



Contextualización

El fútbol es un acontecimiento social que moviliza a millones de personas y refleja dinámicas sociales como actitudes hacia la diversidad y la migración. En este contexto, el discurso de odio dirigido a las personas de origen extranjero vinculado al ámbito del fútbol afecta a la convivencia y perpetúa prejuicios que impactan en la cohesión social.

Este informe analiza la monitorización del discurso de odio en redes sociales durante la temporada 2024 - 2025, con especial atención a los partidos de LALIGA. Identifica patrones, narrativas y momentos de mayor intensidad en los que estos mensajes se propagan, lo cual es clave para diseñar estrategias de prevención y promoción de un entorno inclusivo. El análisis permite sintetizar la influencia de las redes sociales en la opinión pública y la difusión de mensajes, que pueden generar un clima de hostilidad hacia las personas migrantes más allá del deporte.

El Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE) lleva años trabajando en la prevención del racismo y la xenofobia en el ámbito deportivo. Entre sus principales iniciativas, en el marco del Acuerdo Institucional contra el Racismo, la Xenofobia, la LGTBIfobia y otras formas de intolerancia, del cual ostenta la Secretaría General, en 2023 se creó el Grupo de Trabajo sobre Discurso de Odio en el Deporte, con el objetivo de avanzar hacia una estrategia nacional para combatir el discurso de odio en el ámbito deportivo.

Además, el OBERAXE ha liderado el Proyecto SCORE “Ciudades deportivas que se oponen al racismo en Europa”, cofinanciado por la Comisión Europea. Este proyecto ha permitido la creación de una coalición de ciudades y entidades locales europeas comprometidas con la promoción del deporte inclusivo y la lucha contra todas las formas de intolerancia en este ámbito.

El proyecto SCORE sirvió como punto de partida en la colaboración con LALIGA a través de la realización conjunta de una campaña de sensibilización: *"Este partido lo vamos a ganar. ¿y tú, de qué equipo eres?"* y que se ha materializado finalmente con la firma en octubre de 2024, del **Convenio entre el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, la Liga Nacional de Fútbol Profesional y la Fundación LALIGA** para la actuación conjunta en materia de prevención y lucha contra los discursos de odio en el deporte.

Este convenio ha permitido al OBERAXE profundizar y multiplicar el alcance del trabajo realizado en la monitorización del discurso de odio gracias al Sistema FARO (Filtrado y Análisis de Odio en las Redes Sociales). Este sistema aplica la inteligencia artificial, entrenada en el Monitor para la Observación del Odio en el Deporte (MOOD) de LALIGA, a la metodología, especialización y experiencia acumulada por el OBERAXE. El Sistema FARO permite identificar y analizar en tiempo real los discursos de odio racistas y xenófobos en redes sociales, facilitando así la detección de los acontecimientos sociopolíticos que suscitan y amplifican estos discursos.

Contenidos monitorizados

Los datos presentados en este boletín corresponden al periodo comprendido entre la firma del convenio el 24 de octubre de 2024 y el 25 de mayo de 2025, fecha de cierre de la temporada de la Primera División de fútbol. El análisis se enfoca exclusivamente en los discursos de odio detectados en redes sociales relacionados con esta categoría.

Durante este periodo, el sistema de monitorización FARO ha detectado 33.438 contenidos de discurso de odio reportables, de los cuales el conjunto de las plataformas ha retirado el 33% de los contenidos.

El análisis muestra que las personas del norte de África, musulmanas y afrodescendientes, junto a jugadores como Lamine Yamal y Vinicius, reciben la mayor parte del discurso de odio, evidenciando cómo el deporte reproduce dinámicas sociales de discriminación y estereotipos.

33.438

Mensajes detectados

33%

% Mensajes retirados

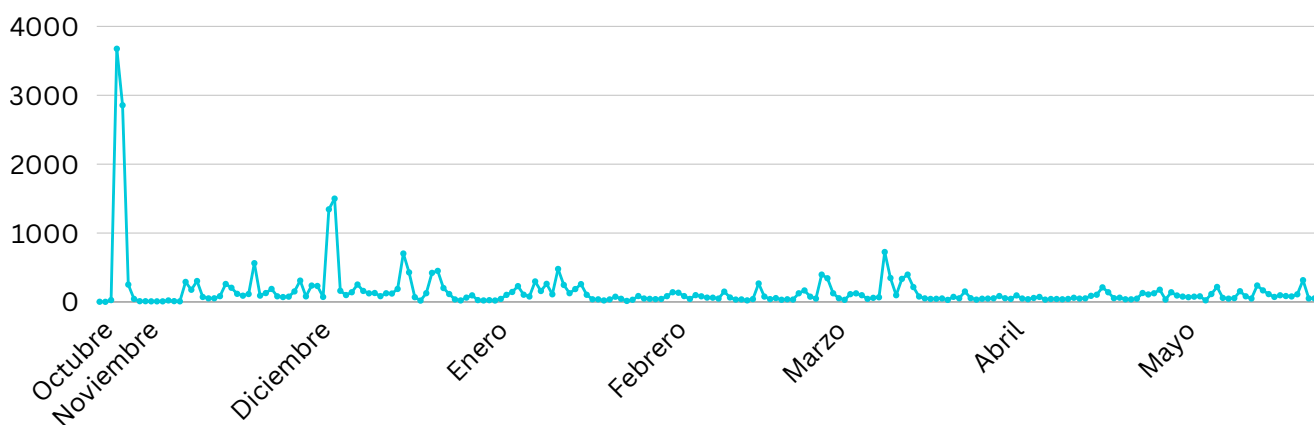
Evolución de los contenidos detectados

La evolución del discurso de odio en el fútbol durante la temporada 2024-2025 de LALIGA muestra picos significativos en fechas vinculadas a encuentros deportivos de alta relevancia competitiva. En particular, los días 27 y 28 de octubre de 2024 se registraron 3.675 y 2.855 mensajes respectivamente, coincidiendo con el primer "Clásico" de la temporada entre Real Madrid y FC Barcelona. Este evento de gran visibilidad amplificó las expresiones de odio, dirigidas principalmente a los futbolistas Lamine Yamal, Raphinha y Ansu Fati, quienes fueron objeto de ataques raciales y xenófobos. Asimismo, se registró una elevada hostilidad hacia Vinicius Júnior durante el partido y tras su denuncia pública sobre los actos racistas ocurridos en el mismo. Entre los ejemplos detectados se encuentran apodosos despectivos como "*Monicius*", en referencia a Vinicius, y comentarios discriminatorios hacia Lamine Yamal, tales como "*por mucho que juegue para España, seguirá siendo un 'moro' toda su vida*" o "*mena de mierda*".

Estas expresiones reflejan prejuicios persistentes y estigmatización basada en su origen étnico y cultural, que trascienden el ámbito deportivo. No obstante, en esta ocasión, el MOOD de LALIGA detectó una narrativa positiva con más de 31.000 contenidos que condenaban los mensajes racistas de ese partido.

De manera similar, se observaron incrementos en el discurso de odio durante otras fechas relevantes, como el 3 y 4 de diciembre, en encuentros destacados como los disputados por el Mallorca contra FC Barcelona y el Atlético de Madrid frente a Real Madrid; así como el 12 de enero, correspondiente al partido de la Supercopa de España entre Real Madrid y FC Barcelona.

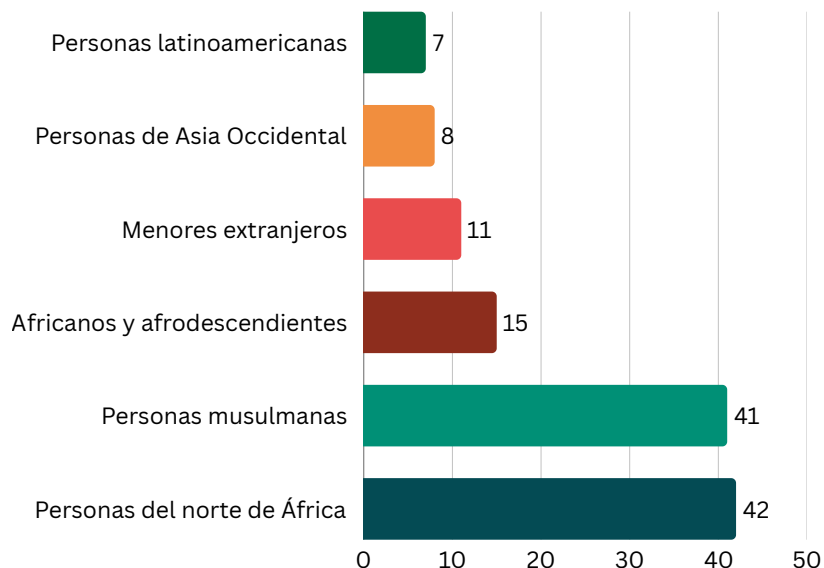
Además, durante el mes de marzo se registró un incremento significativo en el discurso de odio vinculado a la expresión pública de algunos futbolistas en relación con la celebración del Ramadán. Este fenómeno provocó una polarización notable en las redes sociales, donde emergieron discursos cargados de xenofobia y racismo incluyendo insultos que deshumanizan a los jugadores con términos como "cerdo", acusaciones de ser "antipatrias" y llamados excluyentes dirigidos a personas musulmanas, como "idos de aquí todos los moros con vuestra religión". Estos discursos evidencian cómo las manifestaciones identitarias pueden ser objeto de estigmatización y rechazo en contextos deportivos altamente mediatizados.



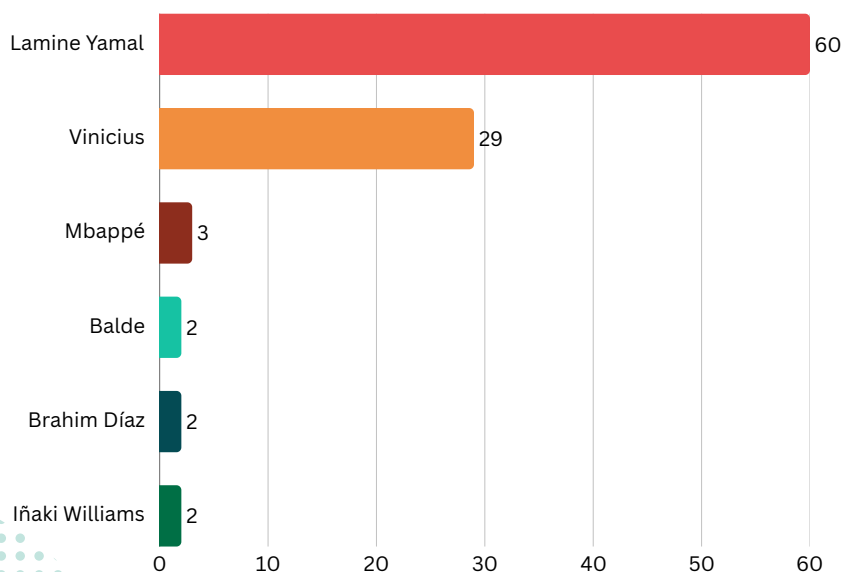
Características del discurso de odio

Grupo diana

El análisis revela patrones significativos en cuanto a los grupos diana y la focalización del discurso de odio hacia determinados jugadores. Según los datos de monitorización, las personas del norte de África y las personas musulmanas son las principales destinatarias de estos mensajes, concentrando el 42,38 % y el 41,18 % del discurso de odio, respectivamente. A continuación, se sitúan las personas africanas y afrodescendientes (14,57 %) y los menores extranjeros no acompañados (10,50 %), lo que evidencia una marcada dimensión étnico-racial en el discurso.



El **discurso de odio monitorizado se dirige principalmente a los futbolistas**, destacando especialmente Lamine Yamal (60%) y Vinicius (29%), que reciben una proporción significativa de estos discursos. En menor medida, otros jugadores como Mbappé, Balde, Brahim Díaz o Iñaki Williams, también han sido objeto de discursos de odio motivados en gran parte por sus características biológicas y los estereotipos asociados a ellas. Este hecho evidencia cómo el ámbito deportivo puede reflejar y reproducir dinámicas de discriminación, vinculadas también a la religión y la construcción social de identidades culturales.



La mayoría de los contenidos de discurso de odio van dirigidos a los futbolistas

99 %

Por otra parte, al analizar el discurso de odio en función del equipo de fútbol, se observa que el Real Madrid (34%) y el FC Barcelona (32%) concentran juntos más del 65 % de los mensajes negativos dirigidos a futbolistas. Les siguen equipos como Real Valladolid (17%), Valencia C.F. (8%), Athletic Club (6%), Real Sociedad (5%) y Atlético de Madrid. Esta distribución refleja no solo la popularidad y visibilidad de estos clubes, sino también cómo la rivalidad deportiva puede estar entrelazada con expresiones discriminatorias.



Episodio prototípico

El 49,5% de los contenidos están vinculados a narrativas sobre inseguridad ciudadana, donde se asocian de forma recurrente comportamientos violentos o desorden público con la presencia de personas extranjeras en el entorno futbolístico.

Le siguen, los acontecimientos deportivos propiamente dichos que concentran el 48,39% de las menciones, especialmente tras partidos de alta tensión, errores arbitrales o declaraciones de jugadores.

En menor medida, también se identifican vínculos con discursos relacionados con la economía (6,13%), como críticas hacia los *“altos sueldos de extranjeros que no rinden”*



La mitad de los contenidos de discurso de odio en el fútbol son de **inseguridad ciudadana**.

Expresión del lenguaje

El **97% de los mensajes emplea un lenguaje agresivo y explícito**, basado principalmente en insultos y descalificaciones directas. Entre las expresiones más frecuentes destacan “mierda” (21,81 %), “puto” (15,69 %) y “negro” (8,37 %).

Este lenguaje, de carácter deshumanizante, se acompaña en menor medida de formas irónicas (3%). Las expresiones detectadas dirigidas hacia los jugadores reproducen estereotipos, como en frases del tipo: “*Puto negro muérete*” o “*Moro inmundo*”. Estos contenidos no solo afectan a los jugadores individualmente, sino que proyectan prejuicios sobre los distintos grupos diana como personas del norte de África, musulmanas, africanas o menores extranjeros.

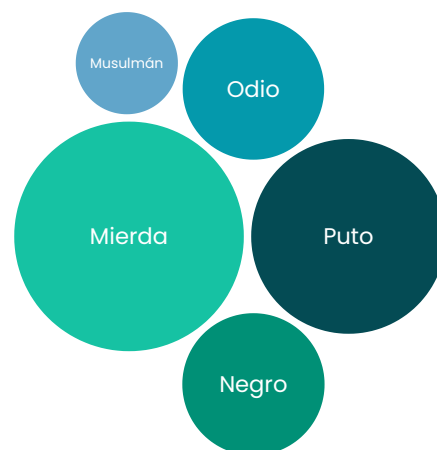
20 %

El 20 % de los contenidos de discurso de odio detectados adopta un formato visual, como imágenes, memes o vídeos, lo que refuerza su capacidad de difusión y su impacto.



Palabras clave

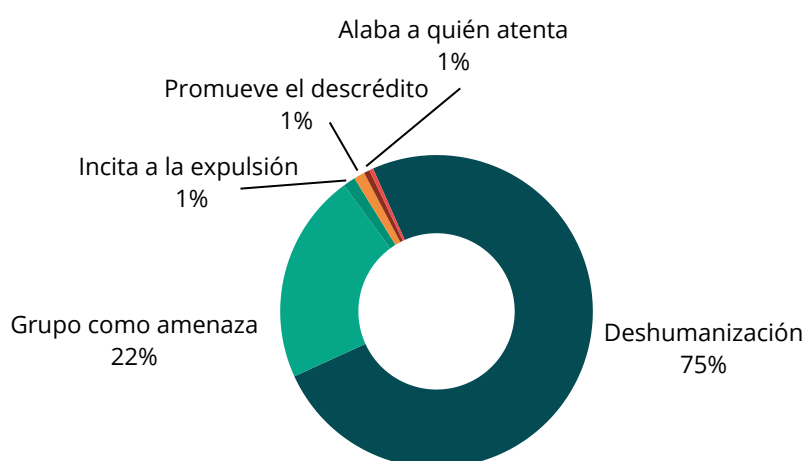
El monitor FARO ha detectado que **los contenidos con discurso de odio contienen principalmente palabras clave que incluyen expresiones ofensivas y términos insultantes** recurrentes en los mensajes difundidos en redes sociales.



Tipo de contenido

El **75% de los contenidos se caracterizan por la deshumanización o degradación** de los diferentes grupos diana, a través de mensajes despectivos basados en estereotipos. En estos discursos, los jugadores son descritos como “monos”, “moros” o “mierda”, reduciendo su identidad a categorías despectivas. Algunos de los contenidos monitorizados son: *“Nico y Vinicius son monos y Lamine un moro”, “negro de mierda de Iñaki Williams”, o “Los conguitos de España”*.

Asimismo, en un 22% de los casos, los mensajes indican que son una amenaza para la ciudadanía, legitimando su exclusión. Ejemplos como *“es un moro de mierda” “deberían partírle las piernas” o “deberían echarlo de España así como vino, en patera”* reflejan cómo el contenido no solo insulta, sino que incita al odio, a la violencia y a la expulsión.



Contenido viral

Uno de los contenidos más virales en este periodo ha sido una publicación de la plataforma X, con un total de 209.900 visualizaciones y 3.000 mil likes.

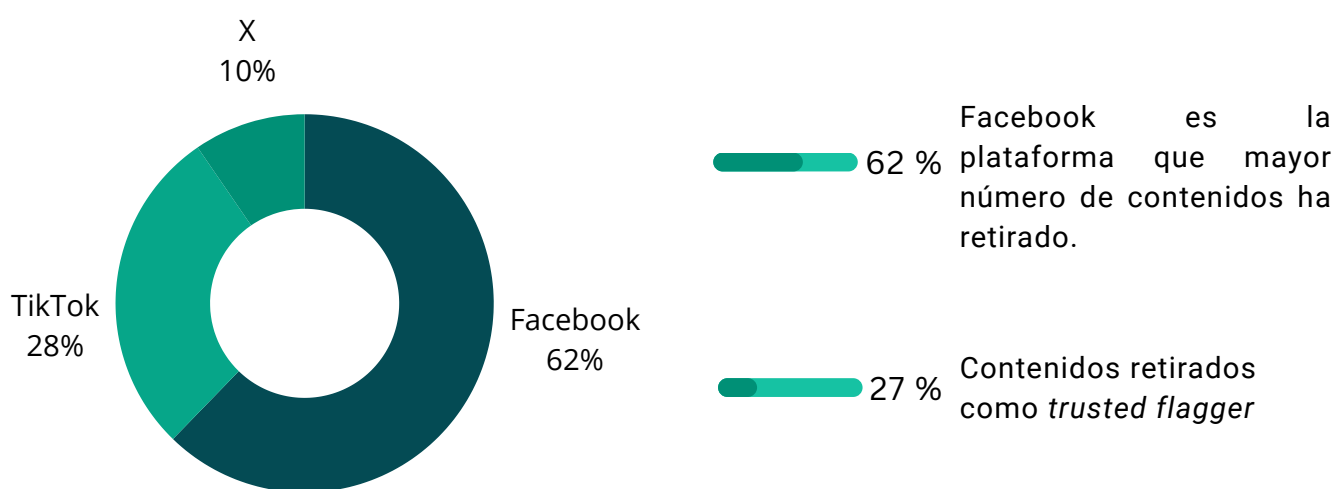
En el se observa una hostilidad hacia las personas del norte de África y musulmanas al usar las palabras “moro pestilente”. Además, se emplea expresiones como “tiene una cara de asno” provocando una deshumanización sobre la persona a la que se dirige, en este caso hacia un jugador.

Reacciones de las plataformas

Las plataformas en su conjunto han retirado el 33% de las notificaciones de discurso de odio realizadas por el OBERAXE.

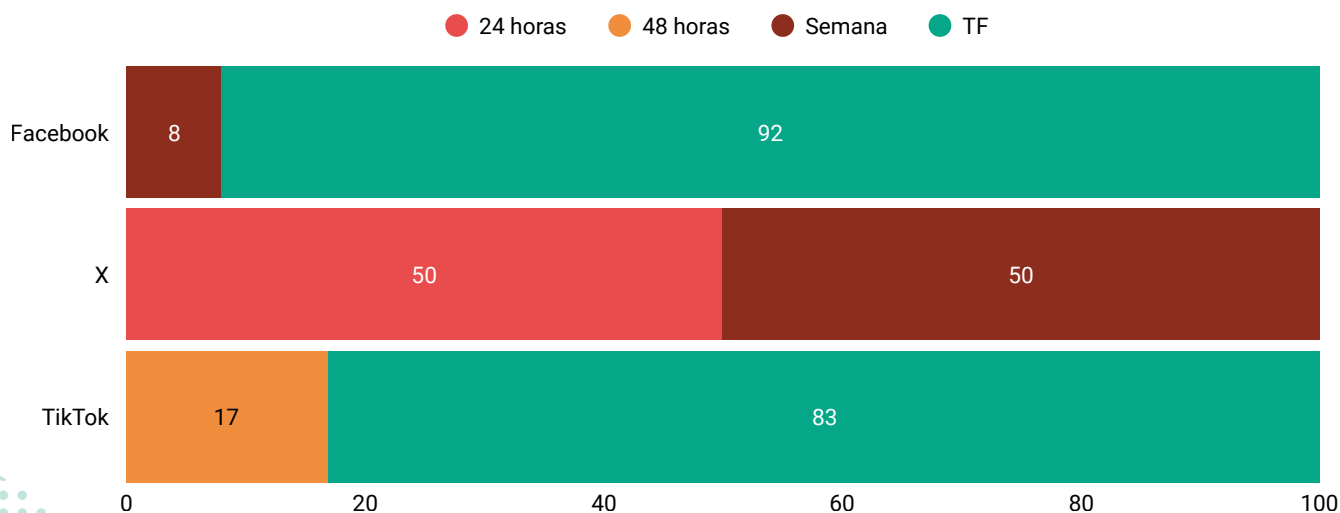
Por un lado, se ha retirado un 6% de los contenidos como usuario normal. A su vez, mediante la vía *trusted flagger*, las plataformas han retirado un 27% adicional.

A continuación, se muestra el gráfico de contenidos retirados por cada plataforma.



Evolución en la retirada de contenidos

Al analizar los contenidos retirados de acuerdo con a las notificaciones realizadas a cada plataforma, X, a pesar de su baja tasa de retirada, ha eliminado el 50% de sus casos en un plazo inferior a las 24 horas. En el caso de TikTok y Facebook, han sido más efectivas cuando se ha utilizado la vía *trusted flagger*, eliminando el 83% y 92% de los contenidos reportados, respectivamente.



MOOD de la LIGA

La iniciativa de LALIGA para medir y combatir los discursos de odio en redes sociales, a través del monitor MOOD sirve para:

- Monitorizar el discurso de odio en sus diversas tipologías y observar su evolución a lo largo de la temporada de los partidos de LALIGA.
- Impactar generando contenido relevante para las aficiones y los clubes.
- Educar y concienciar, ayudando a las organizaciones deportivas a sensibilizarse y tomar medidas contra la violencia en el deporte.
- Promover valores impulsando la tolerancia, el respeto y la inclusión como pilares dentro de las competiciones.

Durante el periodo de referencia de este boletín la jornada con peor nota es la jornada 19, situándose en un 7,1; seguida de la jornada 24 (7,4); y la jornada 30 (7). A continuación se muestran los datos del monitor MOOD.

7,1
Mood de la jornada

15,6K
Menciones

5.1 M
Usuarios

Mood de la jornada: es una puntuación del 1 al 10 que mide el grado de violencia discursiva en redes sociales alrededor de la competición bajo el amparo de La Liga Nacional de Fútbol Profesional.

Ejemplo de partido tensionado: análisis minuto a minuto del partido Real Madrid vs FC Barcelona (26 de octubre de 2024)

Para este análisis se ha seleccionado el partido entre el Real Madrid y el FC Barcelona del 26 de octubre de 2024, enfocándonos en la segunda parte (22:00 a 23:00), que concentró el mayor volumen de conversación de odio reportable.

El detonante principal fue el gol de Lamine Yamal al minuto 77 (22:35), tras el cual comenzaron a surgir mensajes con lenguaje despectivo, utilizando el término “moro” de forma ofensiva: *“Patético, se nota que es moro”*. Minutos después, la celebración del gol, en la que Yamal bailó junto a su compañero Balde, generó una escalada en los mensajes agresivos explícitos, incluyendo incitaciones a la violencia: *“Lamine es un provocador”, “es un moro de mierda”* y *“deberían partirle las piernas (ha bailado en el campo rival)”*.

Esta situación desencadenó un debate polarizado sobre las celebraciones, comparando las reacciones a Vinicius y Yamal, con comentarios como: *“Yamal no es español, es un moro de mierda”*.

Finalmente, a las 22:53, tras el gol de Raphinha (minuto 84, con asistencia de Yamal), se intensificaron los mensajes de odio, con expresiones que incitaban a la expulsión de Lamine Yamal: *“deberían echarlo de España, así como vino, en patera”*.

Conclusiones

El análisis del discurso de odio en el ámbito del fútbol, a través de los contenidos monitorizados durante la temporada 2024-2025 de LALIGA, confirma la continuidad y alcance de mensajes hostiles dirigidos principalmente hacia futbolistas de origen extranjero. A continuación, se destacan los aspectos más relevantes identificados en este periodo:

- La hostilidad se concentra principalmente en las personas del norte de África, musulmanas y menores extranjeros.
- Predomina un lenguaje agresivo que incita a la violencia.
- El 75% de los contenidos degradan a los grupos diana mediante estereotipos despectivos, y un 22 % los presenta como una amenaza para la ciudadanía.
- La mitad de los contenidos de discurso de odio están vinculados a narrativas sobre inseguridad ciudadana, mostrando la relación entre estigmatización y rechazo social.
- El discurso de odio se intensifica en fechas de alta tensión deportiva y también en contextos identitarios como la celebración del Ramadán.

Estos datos manifiestan la necesidad de promover una cultura basada en el principio de no discriminación, a través del respeto y la convivencia, dentro y fuera del campo. Solo mediante un compromiso conjunto entre clubes, plataformas, instituciones y la sociedad civil será posible reducir el impacto del discurso de odio y avanzar hacia un fútbol más inclusivo y tolerante.