

Diciembre 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 diciembre 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 1: Todos los gráficos y análisis presentados en este boletín fueron elaborados con datos del Sistema FARO (elaboración propia).

Nota 2: Los datos presentados en este boletín deben ser interpretados con cautela, dado que el Sistema Faro se lanzó en marzo de 2025 y todavía está en fase de optimización de la herramienta de inteligencia artificial.

Contenidos monitorizados

En el mes de diciembre de 2025, el monitor FARO detectó un total de 28.978 contenidos reportables de discurso de odio en redes sociales. Del conjunto de contenidos notificados, el 62% fue retirado por las plataformas, lo que supone un incremento de 11 puntos porcentuales respecto al mes de noviembre (51%). Esta evolución evidencia un refuerzo significativo de los mecanismos de moderación y respuesta de las plataformas ante los reportes recibidos y consolida diciembre de 2025 como el mes con la tasa de retirada más elevada registrada desde el inicio de la monitorización sistemática del discurso de odio por parte del OBERAXE.

28.978

Mensajes detectados

62%

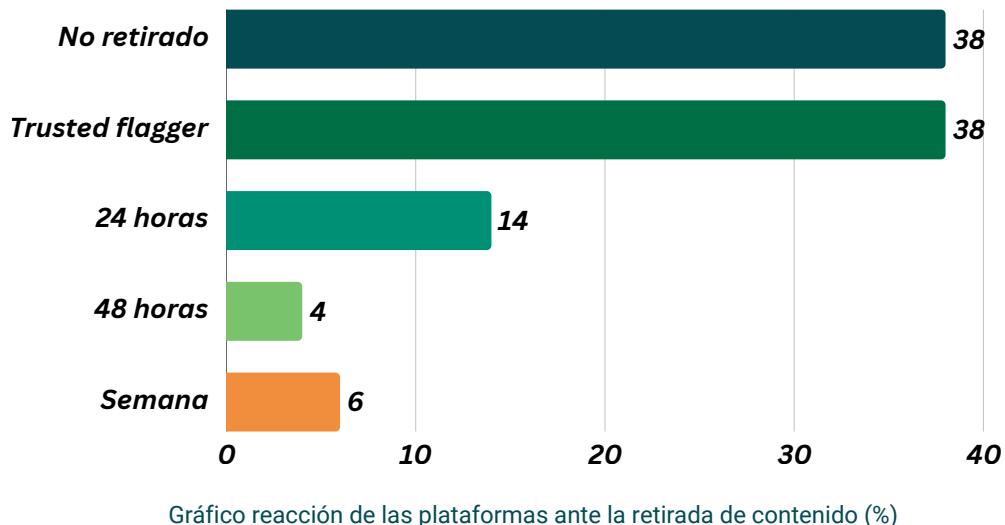
% Mensajes retirados

Contenidos retirados

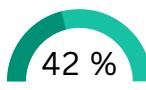
Las plataformas han retirado el 24% de los contenidos notificados como usuario normal, un dato que supone un aumento notable respecto a noviembre, cuando la retirada por esta vía se situó en el 9%. En relación con el plazo de efectividad, el 14% ha sido retirado en las primeras 24 horas, el 4% en el plazo de 48 horas y el 6% restante a lo largo de la primera semana tras la notificación.

Mediante la vía *trusted flagger*, las plataformas retiraron el 38% de los contenidos reportados.

El análisis realizado pone de relieve diferencias significativas en la efectividad de las distintas vías de notificación de reportes de contenido a las plataformas, lo que evidencia la necesidad de reforzar los mecanismos de moderación y mejorar la eficacia de los reportes efectuados como usuarios normales. Para abordar estas disparidades, se trabaja de forma conjunta con las plataformas, a través de grupos de trabajo y reuniones bilaterales, con el objetivo de mejorar estos procedimientos y reforzar la detección de contenidos de discurso de odio.



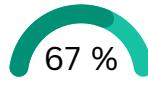
TikTok retiró el 86% de los contenidos notificados; de ellos, el 48% fueron retirados transcurridas las 24 horas desde su notificación.



Facebook ha retirado el 42% de los contenidos notificados, todos ellos a través de la vía *trusted flagger*.



Instagram tuvo una tasa de retirada del 38%, retirando el 50% de los contenidos en un plazo de 48 horas.



X ha retirado el 67% de los contenidos notificados, de los cuales el 20% fue retirado en el plazo de una semana desde su notificación.



YouTube presenta una tasa de retirada del 32%, lo que indica un incremento de 4 puntos porcentuales respecto a noviembre (28%).

Características del discurso de odio

Grupo diana

En diciembre, la hostilidad en redes sociales se dirigió principalmente a las personas del norte de África, concentrando el 70% de los contenidos analizados. Este porcentaje, sin embargo, refleja una disminución de 6 puntos en comparación con el mes anterior.

Por su parte, los mensajes dirigidos hacia personas musulmanas no presentan variaciones significativas respecto a noviembre, representando el 18% del total.

Finalmente, las personas afrodescendientes concentran el 9% de los mensajes de discurso de odio, lo que implica un incremento de un punto porcentual en comparación con el mes precedente.

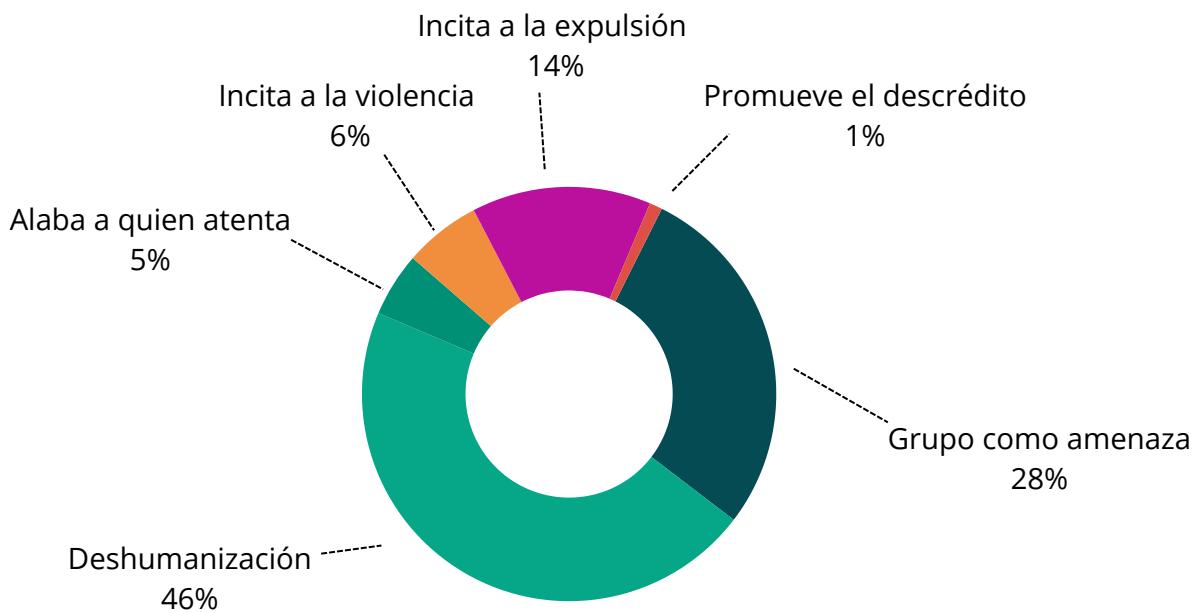


Tipo de contenido

Durante el mes de diciembre, los contenidos que deshumanizan a las personas de origen extranjero continúan siendo los más frecuentes, aunque han registrado una disminución significativa, pasando del 69% en noviembre al 46% en diciembre. Pese a esta reducción, continúan ocupando una posición predominante y contribuyen a la normalización de actitudes hostiles.

En segundo lugar, los mensajes que presentan al grupo como amenaza han experimentado un incremento notable, alcanzando el 28% frente al 13% del mes anterior, lo que refleja un aumento en la percepción de peligro hacia esas personas.

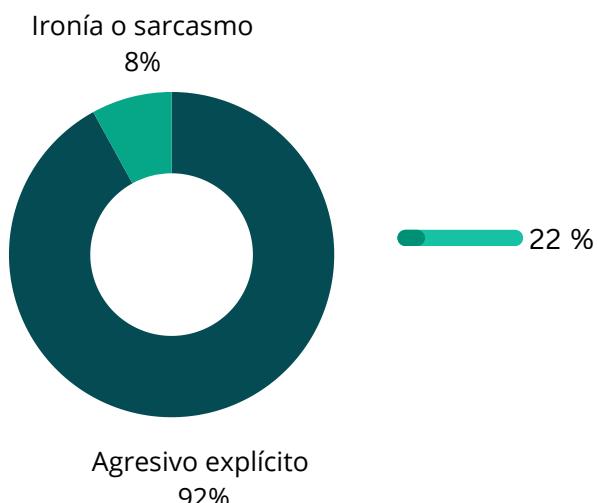
Por otro lado, los contenidos que incitan a la expulsión se sitúan en el 14%, mientras que aquellos que incitan a la violencia (6%) y los que alaban a quienes fomentan discursos hostiles (5%) muestran un repunte de 3 puntos porcentuales en ambos casos, lo que indica un aumento en la presencia de mensajes que legitiman la violencia y manifiestan la hostilidad hacia las personas de origen extranjero.



Expresión del lenguaje

En el 92% del contenido analizado se observa el uso de lenguaje agresivo explícito, caracterizado por insultos y amenazas graves dirigidas a los grupos diana. Este tipo de lenguaje refleja altos niveles de hostilidad y contribuye a la polarización social, con ejemplos como: “darle dos ostias bien dada”, “plagas, se fumigan”; “animales salvajes se abaten”, “hay que arrancarle la cabeza” o “directamente a la cámara de gas”.

Por otro lado, el 8% del contenido recurre a la ironía o el sarcasmo para transmitir mensajes discriminatorios, lo que contribuye a reducir la percepción de su gravedad y a normalizar estas conductas. Algunos ejemplos son: “El color no falla”, “Si es morito no monto un numerito” o “fácil un 🛡️ y de vuelta👌”.



Finalmente, el 22% del contenido incorpora imágenes, videos, memes o lenguaje codificado. Este tipo de recursos dificulta la detección automática y temprana del contenido de discurso de odio en las plataformas. Ejemplos representativos de estos recursos incluyen: “💩de moro” o “🐒enseño a trepar”.

Episodios que suscitan discurso de odio

Durante el mes de diciembre, los contenidos relativos a la inseguridad ciudadana representaron el 57% del total, lo que supone un descenso de 17 puntos porcentuales respecto al mes anterior.

Durante el mes, la publicación en redes sociales de vídeos que muestran distintos incidentes ha generado un volumen significativo de mensajes con discurso de odio, incluyendo expresiones deshumanizantes y xenófobas, tales como “*cara de moro asqueroso*”; “*siempre chusma*”; o “*inmigrantes muertos de hambre*”. Este tipo de acontecimientos también dan lugar a mensajes que incitan a la violencia, como por ejemplo “*hay que exterminarlo*”, “*préndele fuego*” o “*deportación en caja de pino*”.

La instrumentalización de la inseguridad ciudadana para reproducir narrativas xenófobas y racistas pone de manifiesto su papel en la consolidación de estereotipos que impactan en la opinión pública, más allá del debate mediático.

Respecto al conflicto armado (20%), las noticias sobre la situación entre Israel y Palestina continúan generando comentarios con contenido antisemita e islamófobo, manteniendo la tendencia observada en meses previos. Los mensajes analizados incluyen comentarios que justifican la violencia, evidenciando la persistencia de discursos de odio asociados a este conflicto, tales como “*ojalá Israel acabe de aniquilar toda la mierda palestina niños y niñas*” o “*puto islam y putos judíos*”.

Por otro lado, las informaciones sobre los ataques de Estados Unidos contra grupos yihadistas en Nigeria también han generado comentarios que incitan a la violencia y difunden narrativas islamófobas. Estos mensajes presentan a las personas musulmanas como amenaza, con ejemplos como: “*los seguidores de ISIS que son afín a los árabes, proteger a Europa de la inmigración de estos salvajes*” o “*Hay que ir a saco contra el islamismo*”.

En relación con el terrorismo (16%) el atentado ocurrido en la playa de Bondi Beach en Sidney (Australia), ha concentrado un gran volumen de contenido de discurso de odio. El suceso, ocurrido el día 14 de diciembre, fue un tiroteo masivo enmarcado en la celebración pública de la festividad judía de Janucá, lo que confiere al ataque una motivación antisemita.

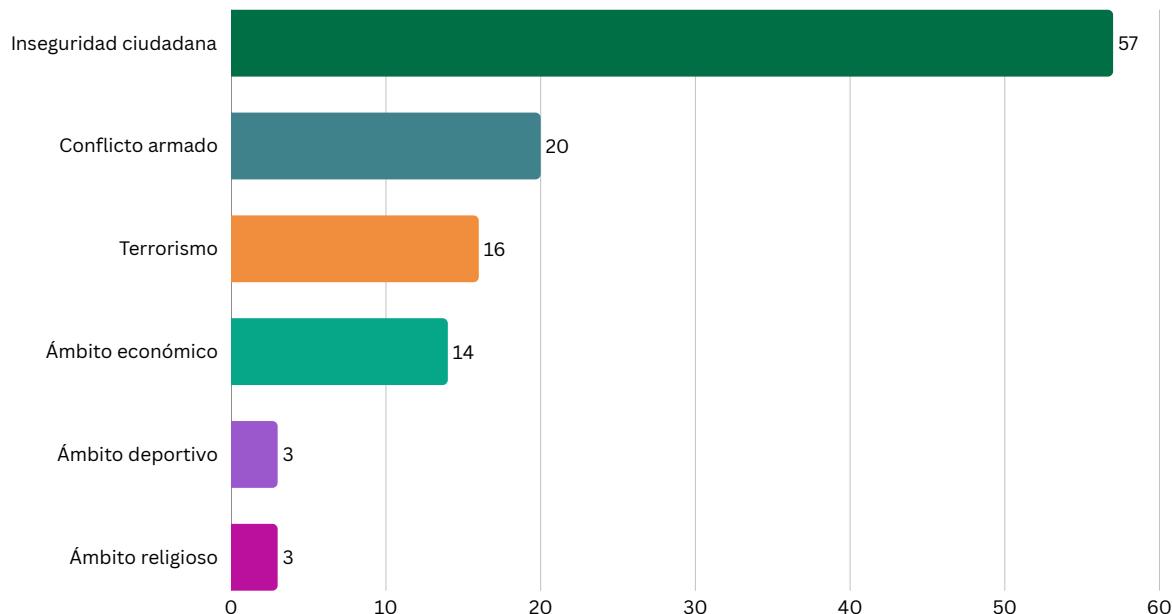
A raíz de los hechos, se han sucedido los comentarios de carácter islamófobo referidos a la presunta confesión religiosa de los perpetradores, tales como: “*Hay que empezar a ir a las puertas de las mezquitas y centros de menas y hacer lo mismo*” o “*El Islam es odio, muerte y destrucción de cultura*”

En cuanto al ámbito económico, que concentra un 14% del total de mensajes de discurso de odio, cabe destacar el desalojo en Badalona de una antigua escuela secundaria (B9) que alojaba alrededor de 400 personas migrantes, constituyendo el mayor asentamiento irregular de estas características en Cataluña. Este desalojo, ha catalizado numerosas expresiones racistas y una retórica discriminatoria contra la población migrante que vivía en las instalaciones, así como en toda la Comunidad Autónoma, con comentarios como “*Puedes irte de vuelta a tu país, aquí no haces falta para nada*”, que evidencian actitudes de hostilidad y exclusión hacia este grupo diana.

Además, se ha atacado a las personas que han mostrado su solidaridad acogiendo a algunas de estas personas en sus hogares con mensajes como: “*A ver cuánto tiempo tardar en robarle y degollarla*”.

Asimismo, el anuncio por parte del Ayuntamiento de Madrid del futuro destino de un parcela del cementerio de Carabanchel a enterramientos por el rito musulmán, ha generado una reacción islamófoba que cuestiona la legitimidad de destinar recursos al ejercicio de la libertad religiosa en la ciudad de Madrid, con comentarios como: “ cáncer mierda shit 💩”.

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)