Enero 2026

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 2026. 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 enero de 2026, el monitor FARO detectó un total 35.266 contenidos reportables de discurso de odio en redes sociales. El 57% de los contenidos reportados fueron retirados por las plataformas, lo que representa un descenso de 5 puntos porcentuales respecto al mes anterior (62%).

35.266
Mensajes detectados

57%
% Mensajes retirados

Contenidos retirados

Las plataformas retiraron el 16% de los contenidos notificados como usuario normal, un porcentaje inferior al registrado el mes anterior, cuando la retirada por esta vía alcanzó el 24%. En cuanto a los tiempos de respuesta, el 11% de los contenidos fue eliminado en las primeras 24 horas, mientras que el 5% restante se retiró a lo largo de la primera semana desde su notificación.

Asimismo, a través de la vía *trusted flagger*, las plataformas retiraron el 41% de los contenidos reportados, lo que supone un incremento de tres puntos porcentuales respecto al mes de diciembre de 2025, cuando la tasa de retirada fue del 38%.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES · SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES · oberaxe Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia · LALIGA · FUNDACIÓN LALIGA · Cofinanciado por la Unión Europea

El análisis revela diferencias significativas en la eficacia de las distintas vías de notificación, especialmente entre los reportes de usuario normal y los de *trusted flagger*.
Para avanzar en la mejora de estos procesos y reforzar la colaboración con las plataformas, se mantiene un trabajo coordinado mediante espacios de diálogo y reuniones bilaterales. En esta línea, en enero de 2026 se celebró la segunda reunión de seguimiento del grupo de trabajo con las principales plataformas de redes sociales, con el objetivo de fortalecer la colaboración. Entre los asuntos tratados destacó la previsión de reuniones técnicas destinadas a facilitar el trabajo interinstitucional. Esta colaboración permite mejorar la coordinación con las plataformas y agilizar la respuesta frente a la difusión de discurso de odio.

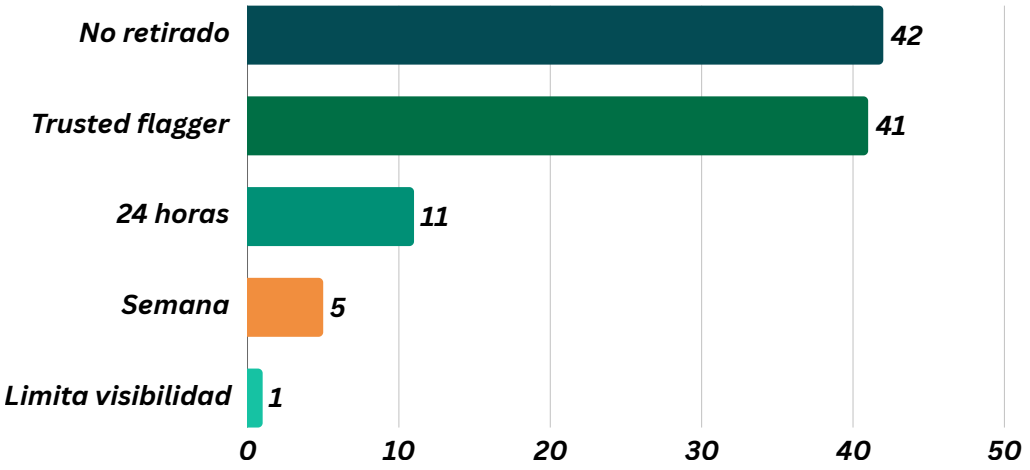


Gráfico reacción de las plataformas ante la retirada de contenido (%)

89 %

TikTok retiró el 89% de los contenidos notificados; el 45% de ellos se retiró en el marco de las 24 horas tras su notificación.

18 %

Facebook ha retirado el 18% de los contenidos notificados, la mayoría de ellos (67%) en el plazo de una semana.

16 %

Instagram retiró el 16% de los contenidos reportados, todos ellos a través de la vía *trusted flagger*.

84 %

X tuvo una tasa de retirada del 84%, lo que supone una mejora notable respecto al mes anterior (67%).

25 %

YouTube alcanzó una tasa de retirada del 25%, destacando la vía *trusted flagger*, mediante la cual se retiraron el 100% de los contenidos notificados.

Consulta aquí los datos de monitorización en tiempo real

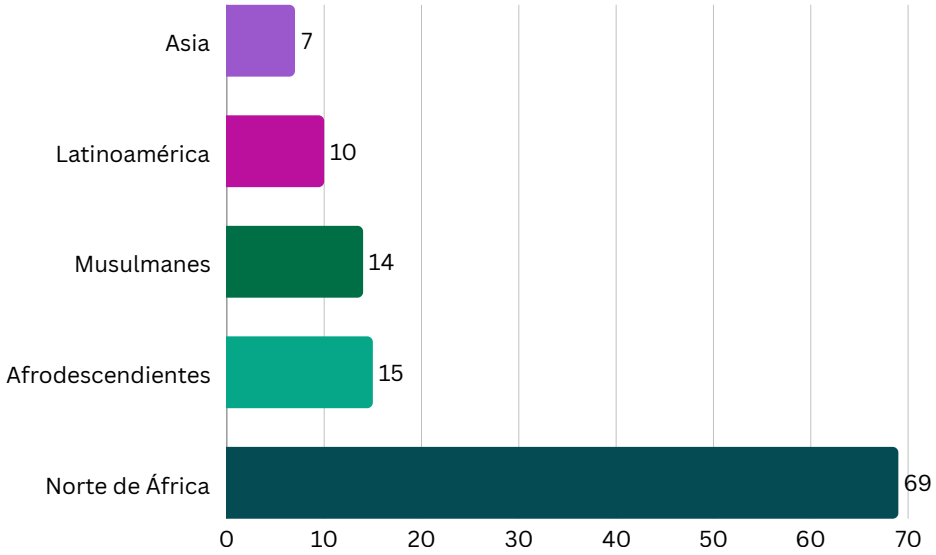
Características del discurso de odio

Grupo diana

En enero, la hostilidad en redes sociales se dirigió principalmente a las personas del Norte de África, concentrando el 69% de los contenidos analizados. Este porcentaje, se mantiene prácticamente estable con respecto al mes de diciembre, en el que este grupo diana concentraba el 70% del contenido de discurso de odio.

Por otro lado, las personas afrodescendientes concentran el 15% de los mensajes de discurso de odio, lo que indica un aumento notable con respecto al mes anterior, en el que el colectivo diana concentraba un 9% del contenido.

Finalmente, el colectivo diana de personas musulmanas concentra un 14% del total del contenido de discurso de odio, indicando un leve descenso de cuatro puntos porcentuales con respecto al mes de diciembre (18%).

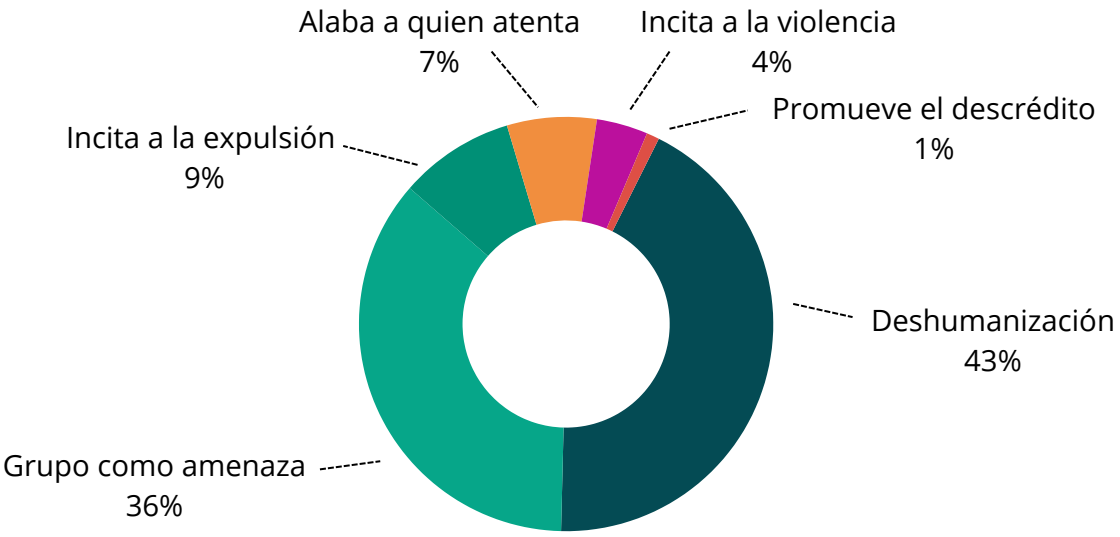


Tipo de contenido

Durante el mes de enero, los contenidos que deshumanizan a las personas de origen extranjero continúan siendo los más frecuentes, aunque han experimentado un leve descenso, pasando del 46% en diciembre al 43% en enero. A pesar de esta reducción este tipo de contenido continúa teniendo un peso destacado y contribuye a la normalización de actitudes hostiles hacia los grupos diana.

En segundo lugar, los mensajes que presentan al grupo como amenaza han supuesto un 36% de los contenidos, lo que supone un incremento de 8 puntos porcentuales con respecto al mes anterior (28%), lo que refleja un aumento en la percepción de los grupos diana como un riesgo para la seguridad.

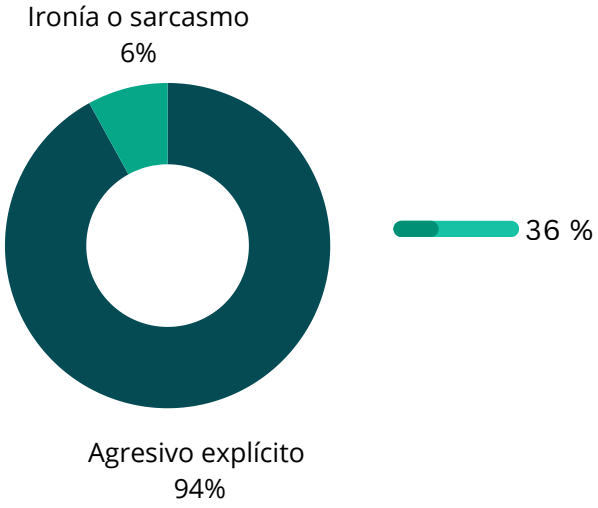
Por otro lado, los contenidos que incitan a la expulsión se sitúan en el 9%, presentando un descenso de 5 puntos porcentuales con respecto al mes de diciembre (14%), mientras que aquellos que alaban a quienes fomentan discursos hostiles (7%) muestran un repunte de 2 puntos porcentuales, y los discursos que incitan a la violencia (4%) decrecen en dos puntos porcentuales con respecto al mes anterior (6%) lo que contribuye a promover la legitimación de discursos y conductas hostiles.



Expresión del lenguaje

En el 94% 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: "*3 tiros y al pozo", "A estos putos chimpancés toca martillarles la cabeza", o " decreto ley para matarlos sin consecuencias penales"*.

Asimismo, el 6% del contenido recurre a la ironía o el sarcasmo para transmitir mensajes discriminatorios, lo que contribuye a minimizar su gravedad y favorecer la normalización de estos. Algunos ejemplos son: *"certificado panchitada histórica", "licenciado en techo de chapa y espalda mojada", "no nos insultéis llamándoles españoles" o "cómo desperdiciar a estos migrantes que vienen a trabajar e integrarse…"*.



Finalmente, el 36% del contenido incorpora imágenes, vídeos, memes o lenguaje codificado. Este tipo de recursos dificulta la detección automática y temprana del contenido de discurso de odio en las plataformas. Los comentarios como *"Remigracion inmediata ✈️ "* hacen uso de emoticonos para reforzar las narrativas hostiles y discriminatorias.

Episodios que suscitan discurso de odio

En enero, los contenidos relativos a la inseguridad ciudadana representaron el 54% del total, lo que supone un leve descenso de 3 puntos porcentuales con respecto al mes de diciembre.

A lo largo del mes, la difusión en redes sociales de vídeos que muestran diversos incidentes ha provocado un notable aumento de mensajes cargados de discurso de odio, incluyendo expresiones deshumanizantes y xenófobas, tales como *"no hay moro bueno"; "hay que deportarles a todos"* o *"violadores y asesinos siempre musulmanes."* Este tipo de episodios también dan lugar a mensajes que incitan a la violencia, como por ejemplo *"Con el führer ya serian jabón" o "hostias consagradas para los menas y se harán cristianos"* .

La instrumentalización de la inseguridad ciudadana para reforzar narrativas xenófobas y racistas evidencia cómo determinados episodios se utilizan como catalizadores para difundir estereotipos negativos sobre las personas de origen extranjero. Estas dinámicas no solo refuerzan percepciones estereotipadas sobre la criminalidad atribuida a los grupos diana, sino que también consolidan discursos excluyentes que tensionan la convivencia y alimentan la polarización social.

Respecto a los episodios prototípicos vinculados con el conflicto armado (18%), presentan un leve descenso de dos puntos porcentuales con respecto al mes anterior (20%). Uno de los sucesos que ha concentrado un mayor volumen de contenido de odio en esta categoría, ha sido la operación militar llevada a cabo el 3 de enero contra Venezuela por parte de las fuerzas armadas de Estados Unidos.

Este evento desencadenó, por un lado, mensajes de discurso de odio deshumanizantes y degradantes hacia la población venezolana, así como contenido que alababa las conductas hostiles dirigidas hacia esta población, legitimando esta intervención: *"delincuentes y asesinos todos los que estáis con ellos"*. Por otro lado, también se encontraron comentarios que incitaban a la expulsión y a la vuelta a su país de origen a la población venezolana residente en España, reforzando narrativas xenófobas con comentarios como *"que alegría por los venezolanos invasores, que vuelvan a su país ✈️"*.

En cuanto al ámbito económico, que concentra el 18% de los mensajes con discurso de odio, la noticia de la tramitación de un real decreto para iniciar un proceso de regularización extraordinaria de personas extranjeras que ya residen en España, ha dado lugar a una cantidad significativa de contenidos con discurso de odio.

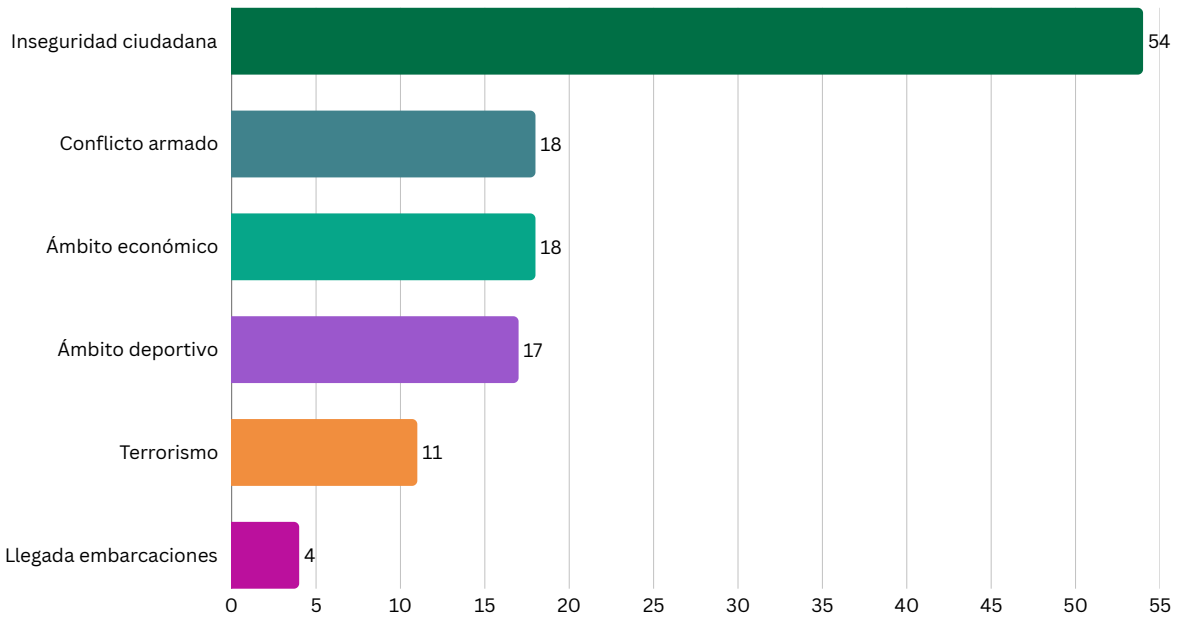
Esta medida ha generado un incremento significativo de mensajes de carácter racista y xenófobo, con comentarios que menosprecian o deshumanizan a las personas migrantes como *"HP basura" "se multiplican como ratas"* o *"ratas parasitarias"*, así como mensajes que presentan a las personas migrantes como una amenaza para los recursos públicos o la convivencia: *"nos invade una raza", "solo vienen a robarnos" o "van a venir a violar a nuestras hijas"*.

En el ámbito deportivo, que concentró el 17% de los contenidos analizados, la celebración de la Copa Africana de Naciones, disputada entre el 21 de diciembre de 2025 y el 18 de enero de 2026, dio lugar a un volumen significativo de mensajes con discurso de odio. Parte de estos contenidos surgieron a partir de las retransmisiones de los partidos, donde se detectaron comentarios de carácter racista y xenófobo *"moros de mierda sois retrasados" u "os ganan los negros apestosos"*.

Asimismo, las celebraciones de las aficiones de distintas selecciones en ciudades españolas generaron reacciones en las que se difundieron mensajes de carácter abiertamente hostil y violento, como *"hace falta limpieza" o "tiro al moro"*.

Por otro lado, durante el partido entre el FC Barcelona y el RCD Espanyol el 3 de enero, se difundieron imágenes de enfrentamientos en las gradas entre aficionados de ambos equipos. Este episodio dio lugar a mensajes de odio contra aficionados a los que se les atribuían un origen extranjero, desencadenando mensajes como *"moro liante" o "Moro mierda ponte a trabajar"*.

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)