

Junio 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 junio 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 encuentra en fase de optimización de su herramienta de inteligencia artificial.

Contenidos monitorizados

En el mes de junio de 2026, el monitor FARO detectó un total de 40.861 contenidos de discurso de odio en redes sociales y narrativas discriminatorias en redes sociales.

Sobre la muestra de contenidos de discurso de odio seleccionados y reportados a las plataformas, la tasa de retirada se situó en el 61%, 4 puntos porcentuales menos que el mes anterior (65%).

40.861

Mensajes detectados

61%

% Mensajes retirados

Contenidos retirados

Las plataformas retiraron el 10% de los contenidos notificados como usuario normal, un porcentaje algo inferior al registrado el mes anterior (12%). En cuanto a los tiempos de respuesta, el 5% de los contenidos se eliminó en las primeras 24 horas, un 1% adicional se retiró en las siguientes 48 horas y el 4% durante la primera semana desde su notificación.

Por lo que respecta a la vía *trusted flagger*, las plataformas retiraron el 51% de los contenidos reportados, lo que supone un descenso de 2 puntos porcentuales respecto al mes de mayo (53%).

El análisis pone de manifiesto diferencias en la eficacia de las distintas vías de notificación, especialmente entre las comunicaciones realizadas por usuarios normales y las tramitadas a través del canal *trusted flagger*. Con el fin de seguir mejorando estos procedimientos y reforzar la colaboración con las plataformas, se continúa trabajando de forma coordinada mediante espacios de diálogo y reuniones bilaterales.

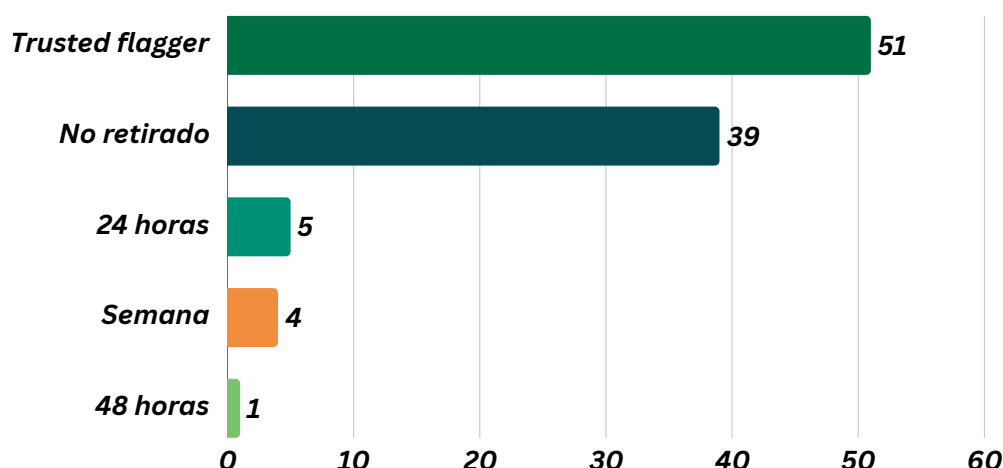
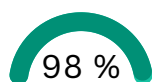
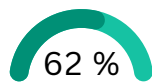


Gráfico reacción de las plataformas ante la retirada de contenido (%)



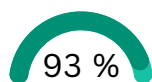
TikTok retiró el 98% de los contenidos notificados; aumentando 8 puntos la tasa de retirada respecto al mes anterior (90%)



Facebook retiró el 62% de los contenidos notificados, concentrándose el 20% de estas retiradas en el plazo de una semana desde su notificación.



Instagram retiró el 32% de los contenidos reportados, el 91% de los mismos a través de la vía *trusted flagger*



X registró una tasa de retirada del 93%, aumentando 3 puntos la tasa de retirada respecto al mes anterior (90%)



YouTube alcanzó una tasa de retirada del 8% sobre los comentarios reportados, concentrándose el 100% de las retiradas en la vía *trusted flagger*.

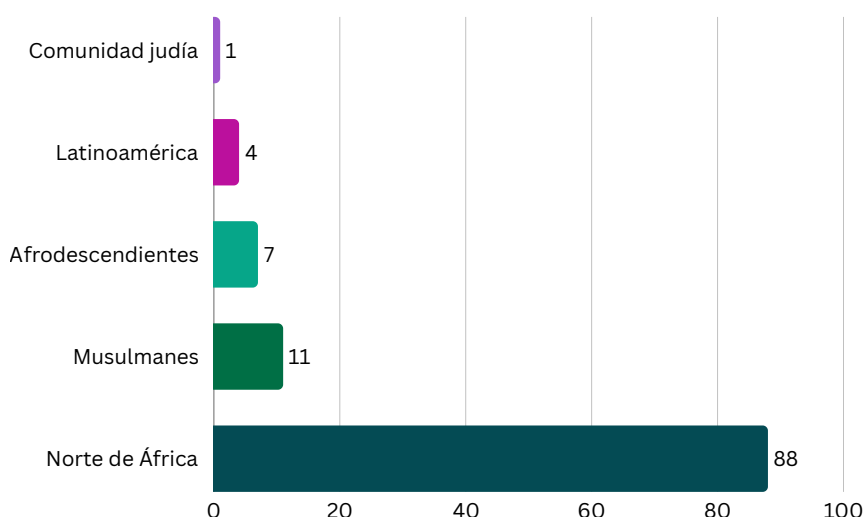
Características del discurso de odio

Grupo diana

En el mes de junio, el grupo diana de las personas del Norte de África concentra el 88% de los contenidos analizados, manteniéndose como el grupo más afectado por el discurso de odio registrado. Este porcentaje representa un incremento de 10 puntos porcentuales respecto al mes de mayo (78%), continuando el incremento registrado en el mes anterior.

En relación con el grupo diana de personas musulmanas, éste acumula el 11% de los mensajes registrados, lo que supone un descenso de 14 puntos porcentuales en comparación con el mes anterior (25%).

Por último, el contenido dirigido hacia el grupo diana de personas afrodescendientes se sitúa en el 7% del total de mensajes analizados, lo que implica una reducción de 4 puntos porcentuales respecto al dato registrado en mayo (11%).

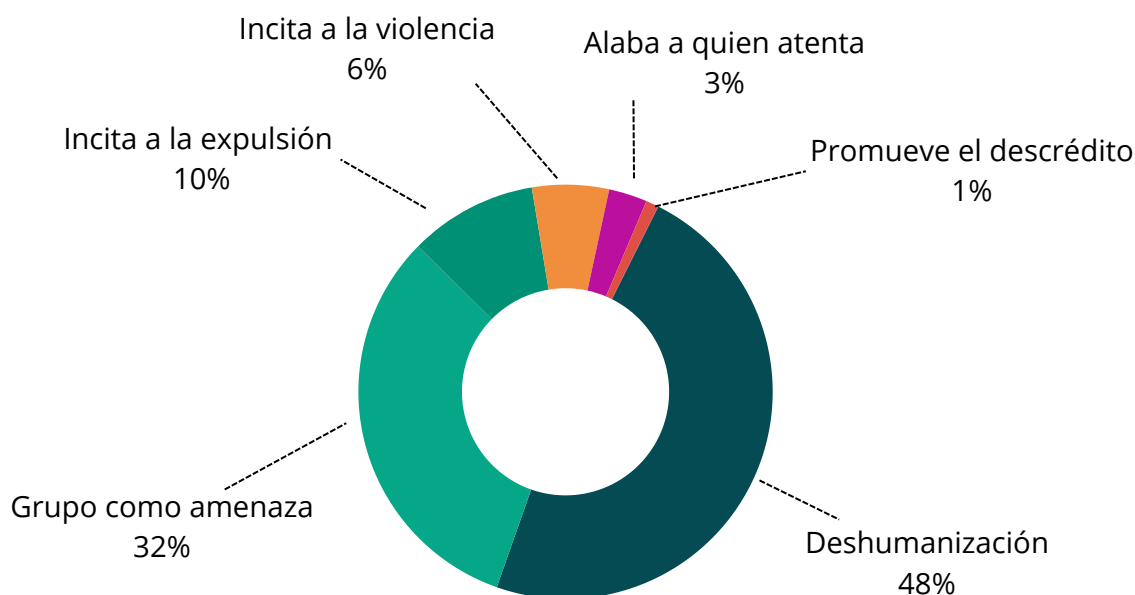


Tipo de contenido

Durante el mes de junio, los contenidos que deshumanizan o degradan gravemente suponen un 48% del total de contenidos, lo que implica un aumento de 25 puntos porcentuales con respecto al mes de mayo (23%), reflejando el riesgo persistente de normalización de actitudes hostiles hacia los grupos diana en redes sociales.

Por otro lado, los contenidos que presentan a los grupos diana como una amenaza alcanzan el 32% registrando un descenso de 21 puntos porcentuales con respecto al mes anterior (53%). Además, los mensajes que incitan a la expulsión, representan un 10% del total de contenido, indicando un descenso de 11 puntos porcentuales con respecto al mes de mayo (21%).

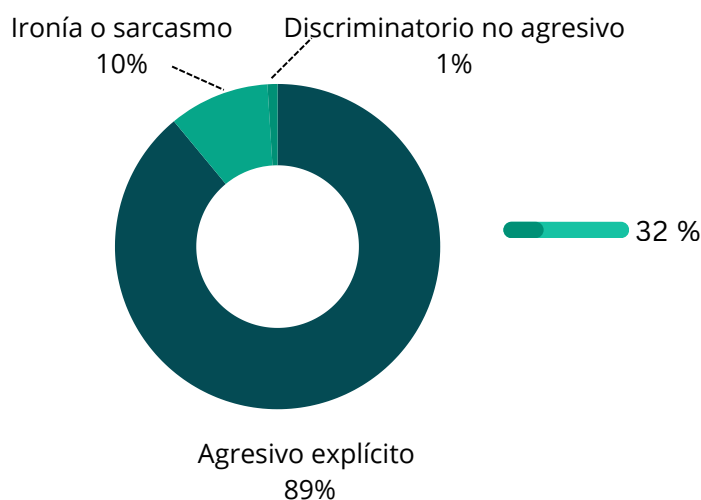
Por último, el contenido que incita a la violencia alcanza el 6% del total, el que alaba a quien atenta contra los grupos diana representa un 3% del total, y el contenido que promueve el descrédito alcanza el 1% del total.



Expresión del lenguaje

El 89% del contenido analizado hace uso de lenguaje agresivo explícito, a través de insultos, amenazas y descalificaciones dirigidas a los grupos diana, lo que evidencia un elevado grado de hostilidad en el discurso. Este tipo de expresiones se observa en mensajes como: *"purga a los moros"*, *"latinos macheteros"* o *"poco les hizo el pintor austriaco a esas cucarachas"*.

Asimismo, el 10% del contenido examinado recurre a la ironía o el sarcasmo para transmitir mensajes discriminatorios a través de un tono aparentemente humorístico. Este recurso favorece la normalización de prejuicios y promueve un clima hostil hacia los grupos diana, al tiempo que dificulta la detección automática por parte de las plataformas. Algunos ejemplos son: *"por cada millón de gitanos delincuentes siempre hay uno decente"* o *"este es el resultado cuando al negro se le suelta la cadena"*.



Por último, el 32% del contenido incorpora imágenes, vídeos, memes o lenguaje codificado. El uso de estos recursos incrementa su capacidad de difusión e impacto, a la vez que complica la detección automática y temprana del discurso de odio en las plataformas.

Ejemplos representativos de este tipo de contenido incluyen: *"todos son color 🐼"*, *"malditos simios 🐒🐼"* o *"deportaciones de esta gentuza 🤢🐼🐒🐼"*

Episodios que suscitan discurso de odio

En junio, la inseguridad ciudadana concentró el 69% de los contenidos detectados, manteniéndose como el principal desencadenante del discurso de odio. En este ámbito, se observan narrativas que criminalizan a la población inmigrante tanto a partir de acontecimientos de actualidad, así como mediante la difusión de contenidos descontextualizados.

En los primeros días de junio, los altercados registrados en Francia tras la victoria del equipo de fútbol Paris Saint-Germain dieron lugar a mensajes que asociaban estos hechos con personas de origen norteafricano y afrodescendiente, contribuyendo a su estigmatización, con comentarios como *“son salvajes”, “fuera esta basura de Europa”, “unámonos ante la plaga”*.

Por otro lado, distintos sucesos ocurridos en Reino Unido, como el apuñalamiento de un hombre en Belfast o la sentencia sobre la muerte de Henry Nowak, fueron utilizados para reforzar narrativas que presentan a las personas de origen extranjero como una amenaza para la población autóctona. Estos hechos dieron lugar a comentarios como *“sólo deberían importar las vidas blancas”*. Asimismo, los disturbios registrados en Belfast y las reacciones generadas en redes sociales, favorecieron la circulación de mensajes que justificaban la violencia contra las personas migrantes y alentaban acciones similares en otros contextos, con expresiones como *“hagamos como en Belfast”*.

Además, persiste la difusión de contenidos descontextualizados sobre altercados y situaciones de conflicto, junto con imágenes y vídeos de personas de origen extranjero en espacios cotidianos. En torno a estos contenidos se generan con frecuencia mensajes hostiles dirigidos contra distintos grupos diana, presentando a las personas migrantes como una amenaza, ya sea asociándolas a la inseguridad y el incivismo, o cuestionando su presencia en el espacio público, con ejemplos como *“invasores criminales”, “se comportan como animales”, “son salvajes que buscan la violencia”*.

Por su parte, el ámbito deportivo, con un 16% de los mensajes analizados, adquiere una relevancia notable en la circulación de discursos de odio. Durante la Copa Mundial de Fútbol de 2026 se han detectado mensajes hostiles dirigidos contra distintas selecciones nacionales, aficionados y grupos asociados a la competición. Asimismo, diversos contenidos relacionados con Lamine Yamal, jugador de la selección española, concentraron un volumen significativo de comentarios de carácter racista e islamófobo. En particular, la celebración de su primer gol en el torneo, mediante el gesto musulmán del *suyud*, fue utilizada para cuestionar su pertenencia y legitimidad como representante de la selección española, con comentarios como *“nuestras raíces humilladas”, “moro asqueroso”, “moros nunca”, “no es digno de ser español”*. Estos episodios reflejan cómo el deporte puede servir de contexto para la difusión de discursos de odio que no solo afectan a deportistas concretos, sino también a los colectivos con los que se les asocia.

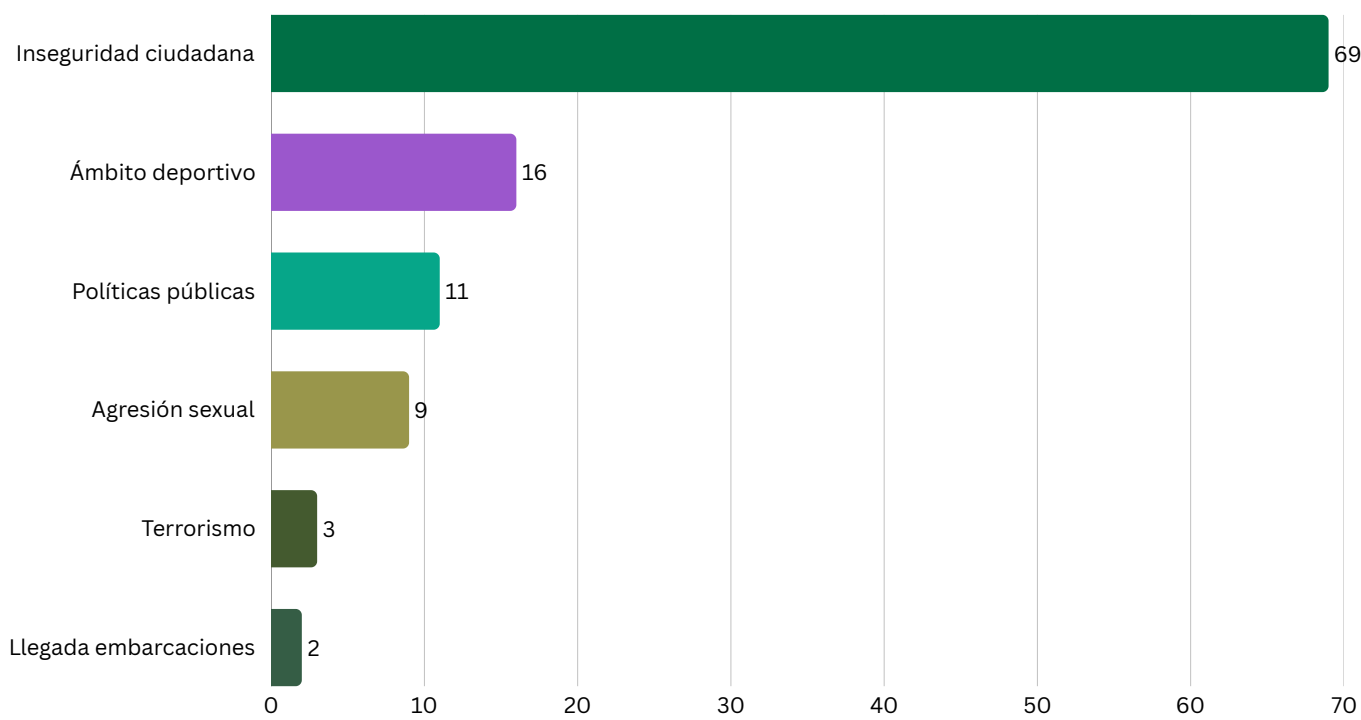
El episodio prototípico de políticas públicas ha concentrado durante el mes de junio el 11% del total de los contenidos analizados. El contenido de odio detectado se ha centrado en torno a la fase final del proceso extraordinario de regularización, con publicaciones que presentan a las personas inmigrantes como receptoras injustificadas de ayudas y recursos públicos.

Asimismo, el anuncio de un nuevo Plan de Integración y Ciudadanía generó una elevada concentración de mensajes hostiles. Los contenidos monitorizados cuestionan la legitimidad de estas medidas y difunden narrativas que retratan a las personas migrantes como una carga para el sistema de protección social, reforzando su estigmatización. Este tipo de mensajes se inscribe en un debate más amplio sobre la gestión de los recursos públicos y las políticas de inclusión, con comentarios como *“expulsión a sus países, que allí no dan paguitas”, “paguitas a los moros y que te okupen la casa”*.

El episodio prototípico de agresión sexual ha concentrado durante el mes de junio el 9% del total de los contenidos analizados, registrando un incremento respecto a meses anteriores. Entre los principales detonantes destaca la difusión de un vídeo que atribuía falsamente a personas de origen pakistaní la participación en una trama de explotación sexual en Inglaterra, generando numerosos mensajes que criminalizaban colectivamente a este grupo y reforzaban estereotipos vinculados a la violencia sexual.

Además, se ha observado la persistencia de narrativas que asocian de forma generalizada a las personas de origen extranjero con la comisión de delitos, incluidas las agresiones sexuales, a partir de sucesos no verificados. Asimismo, una parte significativa de los contenidos monitorizados dirigió su hostilidad hacia las personas musulmanas, presentando el islam como incompatible con los valores occidentales y vinculando a quienes lo profesan con comportamientos machistas o agresiones sexuales. Estas publicaciones contribuyen a reforzar prejuicios y a legitimar discursos de exclusión hacia los grupos diana, con mensajes como *“moros violadores”, “vienen a vivir del cuento y a violar a mujeres libres”*.

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)