



Odio en línea: cartografía de la violencia simbólica juvenil en el ecosistema digital

Online hate: mapping youth symbolic violence
in the digital ecosystem

Tamara Vázquez-Barrio

Universidad San Pablo CEU de Madrid. España. tamarav@ceu.es



Jacob González-Castro

Universidad San Pablo CEU de Madrid. España. jacob.gonzalezcastro@ceu.es



David García-Marín

Universidad Rey Juan Carlos. España. david.garciam@urjc.es



Financiación: Esta investigación ha sido financiada por la Universidad CEU San Pablo, CEU Universities, en el marco de la Convocatoria de Ayudas para Grupos de Investigación Reconocidos (GIR). La ayuda ha sido concedida al Grupo de Investigación Reconocido ThinkOnMedia, adscrito a la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada:

Vázquez-Barrio, Tamara; González-Castro, Jacob y García-Marín, David (2026). Odio en línea: cartografía de la violencia simbólica juvenil en el ecosistema digital [Online hate: mapping youth symbolic violence in the digital ecosystem]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 84, 1-24. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2026-2550>

Fecha de Recepción: 19/08/2025

Fecha de Aceptación: 31/11/2025

Fecha de Publicación: 29/01/2026

RESUMEN

Introducción: El discurso de odio encuentra en internet un espacio propicio para su expansión. La dificultad para identificar a los agresores, unida a la rapidez con la que se difunden los mensajes en redes sociales, contribuye a la persistencia y normalización de esta forma de violencia. Los jóvenes se convierten en un grupo de especial interés para el análisis, dada su elevada exposición y su papel activo en los espacios de interacción *online*. **Metodología:** El estudio consistió en una encuesta representativa a nivel nacional realizada a una muestra de 1.205 jóvenes de entre 16 y 29 años. La recogida de información se efectuó entre marzo y abril de 2023, a través de entrevistas *online* asistidas por ordenador (CAWI, por sus siglas en inglés). **Resultados:** Los resultados revelan que más de la mitad de los participantes ha recibido comentarios negativos relacionados con su aspecto físico o forma de vestir. Las mujeres presentan una mayor vulnerabilidad ante agresiones vinculadas tanto al género como a aspectos estéticos. También se observa una elevada exposición entre quienes se identifican con ideologías de izquierdas. Un 83 % de los encuestados admite haber practicado la autocensura como medida preventiva para evitar conflictos en redes sociales. **Discusión y conclusiones:** El estudio evidencia una preocupante normalización del discurso de odio en internet, donde los ataques se articulan principalmente en torno al género y la ideología política. Resulta urgente desarrollar estrategias de prevención y promover una educación digital crítica, orientada a proteger a los colectivos vulnerables y a fomentar una participación segura en el espacio digital.

Palabras clave: discurso de odio; violencia digital; exclusión; redes sociales; jóvenes; inmigración; género.

ABSTRACT

Introduction: Hate speech finds a favorable space for its expansion on the internet. The difficulty in identifying aggressors, combined with the speed at which messages spread on social media, contributes to the persistence and normalization of this form of violence. Young people become a group of particular interest for analysis due to their high exposure and active role in online interaction spaces. **Methodology:** The study consisted of a nationally representative survey conducted with a sample of 1,205 young people aged 16 to 29. Data collection was carried out between March and April 2023 through computer-assisted web interviews (CAWI). **Results:** The findings reveal that more than half of participants have received negative comments related to their physical appearance or clothing style. Women show greater vulnerability to attacks linked to both gender and appearance. High exposure is also observed among those who identify with left-wing ideologies. 83 % of respondents admit to practicing self-censorship as a preventive measure to avoid conflicts on social media. **Discussion and Conclusions:** The study highlights a concerning normalization of hate speech on the internet, where attacks are mainly centered around gender and political ideology. It is urgent to develop prevention strategies and promote critical digital education aimed at protecting vulnerable groups and fostering safe participation in the digital space.

Keywords: hate speech; digital violence; exclusion; social media; youth; immigration; gender.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Definición y clasificación del discurso de odio

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) define el discurso de odio como cualquier forma de comunicación —oral, escrita o basada en el comportamiento— que constituya un ataque contra una persona o grupo debido a su religión, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otro factor identitario (ONU, 2019, p. 3). Esta definición pone el foco en los elementos de agresión simbólica vinculados a la identidad del sujeto.

Desde una perspectiva más analítica, Kaufman (2015, citado en Bustos Martínez *et al.*, 2019) propone que un discurso puede considerarse de odio si cumple cuatro criterios fundamentales: (1) se dirige a un grupo históricamente vulnerable o discriminado, (2) humilla símbolos representativos de dicho grupo, (3) incita a la denigración de sus miembros y (4) presenta una intención explícita de exclusión. Esta caracterización añade un componente intencional y contextual al concepto.

Investigaciones recientes matizan estas aproximaciones centradas exclusivamente en colectivos vulnerables. Fuentes Osorio (2024) demuestra que en aproximadamente el 50 % de los casos, los discursos de odio no se dirigen a grupos tradicionalmente discriminados, y que la ideología emerge como el principal motor de su producción. Esta constatación sugiere una ampliación del fenómeno, que trasciende los marcos clásicos de discriminación y se articula en torno a conflictos políticos o ideológicos.

A su vez, Sponholz (2022) advierte que el discurso de odio no debe entenderse únicamente por el vocabulario que emplea, sino por el sentido discriminatorio que adquiere en un contexto determinado. Es decir, lo relevante no son solo las palabras, sino la carga simbólica, el efecto social de la acción comunicativa y su capacidad para estigmatizar o excluir.

Otros autores han contribuido con propuestas de clasificación que permiten entender mejor la complejidad del fenómeno. Miró Llinares (2016) distingue entre discursos con fines discriminatorios y aquellos que, aun sin perseguir la exclusión, contienen violencia simbólica, atendiendo así al origen y motivación del discurso. Además, identifica los motivos más frecuentes de criminalización: el atentado contra el honor o la dignidad de una persona, la denigración por pertenecer a un determinado grupo y la humillación colectiva.

En esta misma línea, Esquivel Alonso (2016) clasifica los discursos de odio en tres grandes categorías: (1) odio racial y étnico, (2) odio por nacionalidad o religión y (3) odio por género u orientación sexual. Una clasificación similar es la de Pahor de Maiti *et al.* (2023), quienes analizan a los *haters* —generadores de discursos de odio— motivados principalmente por la etnicidad, la religión o la orientación sexual. Por su parte, Assimakopoulos (2017) y Moreno López y Morales Calvo (2022) coinciden en señalar como principales detonantes del discurso de odio la pertenencia cultural o étnica y la orientación sexual, pero añaden un factor especialmente relevante, la apariencia física. Dentro de esta última categoría destacan los elementos visualmente perceptibles, como los rasgos corporales, la forma de vestir o el estilo personal, que influyen en la percepción social de los individuos y los convierten en blancos potenciales de hostilidad.

Estas formas de discriminación visual y simbólica se relacionan estrechamente con el *slut-shaming*, una práctica que estigmatiza a quienes no se ajustan a los modelos tradicionales de feminidad, particularmente en lo relativo al comportamiento sexual. La forma de vestir o proyectar la sexualidad puede interpretarse como una transgresión de las normas de género, lo que activa mecanismos de sanción social como el juicio moral, la exclusión o la humillación pública. Así, el *slut-shaming* opera no solo como una forma de control del cuerpo y la conducta, sino también como una manifestación específica del discurso de odio basado en el género. Una revisión reciente (Miano y Urone, 2023), basada en el protocolo PRISMA, analizó 19 estudios seleccionados entre 585 artículos extraídos de las bases de datos Scopus y Web of Science. El análisis cualitativo reveló que

normas de género rígidas y la existencia de un doble estándar sexual son factores clave que explican la exposición al *slut-shaming*. Las adolescentes, mujeres jóvenes y personas LGBTQI+ son las más vulnerables y quienes sufren consecuencias más graves. En este contexto, el *slut-shaming* funciona como un mecanismo de control social que castiga a quienes adoptan un comportamiento sexual considerado inapropiado para lo femenino (como tener múltiples parejas o mostrar una actitud sexual activa), reafirmando así los roles y normas tradicionales de género. Otros estudios confirman el impacto del *slut-shaming* en el bienestar físico y psicológico de las niñas desde la adolescencia (Goblet y Glowacz, 2021).

1.2. Canales de difusión y normalización del discurso de odio

La expansión de los discursos de odio ha encontrado en Internet —y particularmente en las redes sociales— un canal rápido, eficaz y prácticamente sin límites para su propagación (Igareda González, 2022). Este fenómeno está estrechamente vinculado al auge de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y más concretamente, a la consolidación de las redes sociales en la última década como espacios de comunicación, interacción y construcción de comunidades (Ramírez-García *et al.*, 2022).

Entre los factores que favorecen la difusión de estos discursos en el entorno digital destacan el anonimato, que puede facilitar la impunidad (Moreno López y Arroyo-López, 2022), así como otras características inherentes a la comunicación *online*. Por ejemplo, la desconexión del espacio físico genera una sensación de lejanía emocional, lo que reduce la empatía y favorece la emisión de comentarios ofensivos sin conciencia plena de sus consecuencias. Esta distancia psicológica y la aparente ausencia de riesgo convierten las plataformas digitales en entornos percibidos como seguros para expresar discursos de odio (Falxa, 2014). A ello se suma la complejidad legal de regular estas conductas en un medio etéreo y transnacional como Internet. Como advierten Jubany y Roiha (2018), la ausencia de fronteras claras y de marcos temporales definidos dificulta la aplicación de normas jurídicas eficaces, lo que limita la capacidad de actuación frente a estas prácticas.

Además, el apoyo y la validación dentro de comunidades virtuales contribuyen a su legitimación, especialmente cuando estos discursos son promovidos o respaldados por actores institucionales, como ocurre tanto en España como en otros países europeos con partidos de extrema derecha o derecha radical respecto a las ideas racistas o xenófobas (Camargo Fernández, 2021; Said-Hung *et al.*, 2023). Este fenómeno se asemeja a las dinámicas de cohesión grupal, en las que el respaldo explícito de determinadas fuerzas políticas reduce la percepción de gravedad de estos discursos y favorece su circulación sin penalización simbólica (Bustos Martínez *et al.*, 2019, pp. 38-39).

Uno de los factores clave en la propagación del discurso de odio es el papel que juegan las plataformas digitales como canales de distribución, especialmente aquellas con un alto nivel de interacción y escasa moderación de contenidos. Estas redes no solo amplifican los mensajes discriminatorios, sino que también crean entornos propicios para su normalización y reproducción sistemática. En este sentido, Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán (2021) señalan que plataformas como X (anteriormente Twitter) se han convertido en espacios altamente tóxicos, utilizados por agresores que intensifican sus ataques cuando las víctimas están directamente expuestas, lo que genera una forma de violencia más pública y humillante.

Del mismo modo, TikTok se ha consolidado como otro de los canales más proclives a la difusión de contenidos discriminatorios, según apuntan García-Prieto *et al.* (2024). La falta de regulación efectiva y la inmadurez del público predominante en esta red contribuyen a que se convierta en un espacio donde la violencia simbólica circula con facilidad. Este contexto permite que incluso jóvenes que rechazan la violencia física toleren e interioricen la violencia verbal o simbólica, especialmente aquella dirigida contra la apariencia física, la identidad cultural o la orientación sexual (Moreno López y Arroyo López, 2022). De acuerdo con lo anterior, las redes sociales no solo facilitan técnicamente la circulación de discursos de odio, sino que también moldean los

marcos sociales y afectivos que permiten su aceptación o banalización, generando un ecosistema en el que la violencia simbólica se presenta como parte normalizada del intercambio digital.

1.3. Factores de vulnerabilidad frente al discurso de odio

1.3.1. Edad: jóvenes y adolescentes como grupo vulnerable y activo en la difusión de odio digital

Uno de los factores que más afecta a la vulnerabilidad frente al discurso de odio es la edad. Los jóvenes y adolescentes forman uno de los colectivos más expuestos. Esta exposición guarda una relación directa con el tiempo que pasan conectados y con la intensidad en el uso de las redes sociales, que representan hoy su principal entorno de interacción. Según el estudio de IAB Spain (2025), los jóvenes figuran como los principales usuarios de estas plataformas. Por su parte, el informe de Save the Children (2024) señala que cerca del 90 % de los adolescentes accede a Internet varias veces al día, y un 20 % afirma que permanece conectado de forma casi permanente.

Esta elevada presencia digital se traduce en una mayor probabilidad de experimentar riesgos en línea. El Informe sobre Seguridad Online de Microsoft (2025) muestra que el 66 % de los jóvenes ha vivido alguna situación de riesgo digital, y sitúa el discurso de odio como el segundo más frecuente, solo superado por la desinformación. Este tipo de violencia simbólica afecta especialmente a chicas adolescentes y a jóvenes del colectivo LGTBIQ+, que presentan niveles más altos de exposición y son blancos frecuentes de ataques.

Sin embargo, el rol de la juventud en relación con el discurso de odio no se limita al de víctimas. Diversos estudios alertan también sobre su papel como emisores de estos mensajes. Wachs *et al.* (2022) subrayan que la presión de grupo es uno de los factores más determinantes en este comportamiento. Esta presión es especialmente fuerte en la adolescencia, donde la búsqueda de reconocimiento o aceptación puede empujar a los jóvenes a reproducir discursos de odio como una forma de encajar socialmente y evitar el aislamiento. El sentido de pertenencia a un grupo también refuerza estas dinámicas, ya que permite justificar comportamientos que, en otros contextos, serían socialmente inaceptables. En este marco, la acción colectiva actúa como mecanismo de validación: quienes emiten discursos de odio perciben que estos generan impacto, visibilidad y debate, lo que refuerza su motivación para continuar con este tipo de prácticas. A este escenario se suma una limitada capacidad para gestionar emociones negativas como la frustración, en muchos casos derivada de una escasa educación emocional. Esta carencia puede desembocar en reacciones impulsivas, agresivas o incluso vengativas, facilitando así la propagación de discursos de odio entre los propios jóvenes. Todo ello pone de relieve la necesidad de abordar el fenómeno desde un enfoque integral, que combine la alfabetización digital, la educación emocional y la promoción de una cultura de respeto y convivencia, especialmente en los espacios donde los jóvenes construyen su identidad y sus relaciones sociales.

1.3.2. Género e orientación sexual: mujeres y personas no heterosexuales como objetivos preferentes del odio en la red

El género constituye otro de los factores clave que determinan la exposición diferencial al discurso de odio. Como señalaba Esquivel Alonso (2016), existe una categoría específica dentro de estos discursos que se dirige a cuestiones de género y orientación sexual. Diversos estudios respaldan esta afirmación. Según datos del Pew Research Center (Duggan, 2017), el 20 % de las mujeres entre 18 y 29 años sufrió alguna forma de acoso en línea, mientras que en los hombres de esa misma franja de edad la cifra desciende al 9 %. El informe también revela que el 53 % de esas mujeres recibió imágenes sexuales explícitas no solicitadas, frente a un 37 % de los hombres que reportaron experiencias similares. Estas prácticas suponen formas específicas de violencia simbólica que afectan de manera significativamente mayor a las mujeres jóvenes. Un ejemplo de ello son las manifestaciones de lenguaje intimidatorio contra mujeres anónimas que se vierten a causa de su aspecto físico o de la elección de su *look* (Romo Parra *et al.*, 2023). Esta realidad se percibe especialmente en la esfera *gaming*.

dentro de internet. Según De Lima-Vélez *et al.* (2023) son frecuentes los discursos de odio, especialmente contra las jugadoras, debido a su apariencia y a su elección de ropa durante su exposición mientras juegan.

Las víctimas de este tipo de acoso suelen manifestar consecuencias psicológicas o recurren a estrategias de autocensura, efectos documentados por Vázquez Barrio *et al.* (2020) y Martínez-Valerio y Mayagoitia Soria (2021). Esta autocensura se intensifica en un entorno digital donde domina la llamada vigilancia horizontal, ejercida por los propios usuarios de las plataformas. Según Correcher Mira (2020), este fenómeno, en combinación con la cultura de la cancelación, refuerza el control social sobre la expresión personal en red.

En estos escenarios, la impunidad de los agresores contrasta con la vulnerabilidad de las víctimas, que muchas veces optan por guardar silencio para evitar consecuencias sociales o personales. Esta dinámica remite directamente a la teoría de la espiral del silencio formulada por Noelle-Neumann (1993), que explica cómo las personas tienden a reprimir sus opiniones cuando perciben que estas no coinciden con las de la mayoría dominante.

Según Hernández Prados *et al.* (2024), las mujeres muestran una mayor conciencia sobre la presencia de discursos de odio en las redes y sobre las plataformas en las que estos proliferan. Esta mayor percepción podría explicarse por el hecho de que ellas han sido históricamente las principales destinatarias de discursos discriminatorios, en particular aquellos relacionados con su sexualidad, imagen pública o adecuación a los cánones de belleza contemporáneos.

Por su parte, Esteban-Ramiro y Moreno-López (2023) afirman que la exposición de mujeres y personas no heterosexuales al discurso de odio supera ampliamente la de los hombres heterosexuales. Esta diferencia puede relacionarse con la forma en que se vinculan a los espacios digitales. Como destacan Torrecillas-Lacave *et al.* (2022), las mujeres tienden a utilizar más servicios de comunicación que permiten interactuar, compartir contenidos propios y expresarse públicamente, lo que incrementa su visibilidad y, por ende, su exposición a ataques simbólicos.

En conjunto, estos datos evidencian que el género y la orientación sexual no solo influyen en la probabilidad de ser blanco de discursos de odio en línea, sino que también condicionan la forma en que estas agresiones son vividas, percibidas y gestionadas. Esta vulnerabilidad estructural requiere ser abordada desde políticas públicas, marcos regulatorios y estrategias educativas que reconozcan la violencia simbólica como una forma real de daño, y promuevan entornos digitales más equitativos, seguros e inclusivos para todas las identidades.

1.3.3. El racismo digital como herramienta de exclusión

El origen étnico y la condición migrante constituyen variables clave en la configuración del discurso de odio en redes sociales. Tras la adquisición de la plataforma X (antes Twitter) por Elon Musk, Hickey *et al.* (2025) registraron un aumento significativo de contenidos discriminatorios, con un fuerte incremento de mensajes racistas, homófobos y transfóbicos, lo que situó al colectivo LGTBIQ+ y a las personas migrantes como objetivos principales de la agresión simbólica. Como señalan Rivera-Martín *et al.* (2022), en el caso del colectivo LGTBIQ+, estas agresiones no solo se manifiestan mediante insultos y amenazas, sino también a través del rechazo hacia identidades de género no normativas, lo que da lugar a un tipo de LGTBI-fobia que deslegitima su existencia bajo el disfraz de opinión personal. En esta línea, el estudio de Unlu *et al.* (2025), centrado en el discurso de odio en línea en Finlandia, analiza mensajes dirigidos específicamente a la comunidad LGBTQ+ en la plataforma X. Los resultados muestran que este colectivo aparece representado como una amenaza a las normas y valores tradicionales, lo que refuerza estigmas y promueve narrativas de exclusión.

En el caso de las personas migrantes, los datos del Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (2024) ofrecen un panorama igualmente preocupante. Su Primer Informe Anual de Monitorización del Discurso de Odio en Redes Sociales reveló que las principales plataformas digitales (X, Facebook, Instagram, TikTok y YouTube) no retiraron más de la mitad de los contenidos denunciados por incitación al odio, a pesar de haber sido identificados como potencialmente delictivos. El informe también subrayó que los principales colectivos atacados fueron la población de origen norteafricano y el colectivo musulmán en general, siendo la islamofobia una de las formas más frecuentes de agresión. Estos discursos buscan deshumanizar a las personas migrantes, en especial a aquellas de origen marroquí, y asociarlas con la inseguridad ciudadana, generando una percepción de amenaza constante que favorece la polarización social.

El discurso de odio hacia la población migrante no se articula solo desde usuarios anónimos, sino también desde comunidades virtuales estructuradas que reciben validación y apoyo institucional. De este modo, y a diferencia de lo afirmado por Fluck (2017), quien concedía una importancia menor al papel de la ideología en la conformación del discurso de odio, se evidencia que la corriente política e ideológica, incide, tal como afirman Wachs *et al.* (2022) en la perpetración de este discurso. En este sentido, Camargo Fernández (2021), Said-Hung *et al.* (2023), Matarín Rodríguez-Peral *et al.* (2025) y Pérez-Escolar *et al.* (2025), entre otros, advierten del papel que desempeñan las formaciones políticas de extrema derecha en España y en Europa en la normalización y difusión de mensajes racistas y xenófobos. Estas dinámicas se asemejan a mecanismos de cohesión grupal, donde el respaldo explícito de líderes políticos resta gravedad a los discursos de odio y favorece su legitimación pública (Bustos Martínez *et al.*, 2019, pp. 38-39).

Partidos como Vox utilizan activamente redes como X, YouTube, TikTok o Instagram para señalar a los migrantes como una amenaza directa al estado del bienestar, empleando el miedo como estrategia de movilización política (González-Castro, 2023). Según García González (2022), esta narrativa deshumaniza a las personas migrantes, presentándolas, por un lado, como culpables de su propia situación, y por otro, como una carga potencial para los países que las acogen. Además, estos discursos no se dirigen de forma uniforme a toda la población migrante. Como explica Aranda (2023), Vox articula su hostilidad principalmente hacia los migrantes que no forman parte de su concepto de “hispanosfera”, centrado en países de América Latina. Esto les permite construir un enemigo específico —los países y comunidades de mayoría musulmana—, y enfocar así sus ataques en una dirección concreta sin rechazar abiertamente la migración en su totalidad. En este marco, la religión actúa como un filtro de aceptación o rechazo, al convertirse en el criterio principal para definir al “otro”.

Fuentes-Lara y Arcila-Calderón (2023) concluyen que en España la aceptación social del discurso islamófobo en redes suele ir acompañada de otras formas de odio que profundizan la polarización social, una realidad que, según los autores, no se reproduce con la misma intensidad en otros países europeos como Francia. Este fenómeno refleja la especificidad del contexto español, donde el racismo digital, especialmente cuando se disfraza de preocupación por la seguridad o la identidad nacional, cuenta con un grado preocupante de legitimación pública.

En conjunto, estos datos muestran que el origen étnico y la condición migrante no solo son factores que incrementan la vulnerabilidad al discurso de odio en redes, sino que también se han convertido en ejes centrales de narrativas polarizadoras con fuerte carga ideológica. La instrumentalización política del racismo y la xenofobia, sumada a la inacción o complicidad de ciertas plataformas digitales, contribuye a la normalización de estos mensajes y refuerza la exclusión simbólica de colectivos ya marginados.

El marco teórico analizado permite comprender que el discurso de odio en redes sociales no afecta a todos los grupos por igual, sino que se dirige preferentemente contra colectivos históricamente marginados, como mujeres, personas LGTBIQ+, jóvenes y personas migrantes o de origen étnico no mayoritario. Estas agresiones simbólicas se producen en un entorno digital que no solo amplifica su alcance, sino que en muchos casos las legitima y normaliza, ya sea por la falta de regulación efectiva, por la validación social entre usuarios, o por su instrumentalización con fines políticos. Frente a este panorama, se hace imprescindible adoptar un enfoque integral que combine políticas públicas, educación emocional, alfabetización digital y acciones institucionales coordinadas, con el fin de construir espacios digitales más seguros, inclusivos y respetuosos con la diversidad.

2. OBJETIVOS

La presente investigación está conformada por un objetivo general y cuatro objetivos específicos que se exponen a continuación:

- Analizar cómo se manifiesta el discurso de odio en redes sociales hacia los jóvenes españoles, con el fin de identificar los motivos que lo provocan, los factores individuales que incrementan la vulnerabilidad de ciertos colectivos y las medidas adoptadas para prevenir su victimización.

Los objetivos específicos que guían esta investigación son los siguientes:

- OE1. Determinar el grado en que los usuarios jóvenes han sido víctimas de comentarios hostiles o discriminatorios en redes sociales.
- OE2. Identificar las principales razones que motivan los ataques, tales como el género, la orientación sexual, la ideología política, el aspecto físico, el origen étnico o las creencias personales.
- OE3. Determinar qué factores individuales incrementan la probabilidad de recibir comentarios negativos para detectar qué grupos sociales resultan más vulnerables al discurso de odio en el entorno digital.
- OE4. Investigar las precauciones que adoptan los usuarios jóvenes en las redes sociales para prevenir ser víctimas del discurso de odio *online*.

3. METODOLOGÍA

Para la realización de este estudio se utilizó una encuesta representativa a nivel nacional, dirigida a jóvenes de entre 16 y 29 años residentes en España. El trabajo de campo fue subcontratado a la empresa especializada GAD3, encargada de la ejecución técnica de la recogida de datos. La muestra estuvo compuesta por 1.205 personas y fue construida siguiendo cuotas de sexo y edad, de acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) actualizados a julio de 2021, con el objetivo de garantizar la representatividad del universo poblacional analizado.

La distribución de la muestra fue equilibrada en términos de sexo (48,7 % mujeres y 51,3 % hombres) y edad. Un 33,3 % de los encuestados tenía entre 16 y 19 años, un 32,6 % entre 20 y 24 años, y un 34,1 % entre 25 y 29 años. El margen de error de la encuesta es del 2,9 %, con un nivel de confianza del 95,5 % (dos sigmas), bajo la hipótesis de muestreo aleatorio simple y máxima indeterminación ($P = Q = 0,5$).

El trabajo de campo se llevó a cabo en marzo y abril de 2023 mediante entrevistas *online* autoadministradas a través del sistema CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*). El cuestionario incluyó 45 preguntas cerradas y la duración media de cada entrevista fue de entre 15 y 20 minutos.

Para medir el grado de influencia de las variables (1) etaria, (2) ideológica y (3) de género sobre las variables dependientes, se ejecutaron regresiones logísticas binarias. Dado el carácter cualitativo y dicotómico de las variables dependientes (reducidas a las categorías de Sí / No, asumiendo la categoría No sabe / No contesta como valor perdido), los cálculos mediante regresión logística resultan los más apropiados. Para ello, también se tuvieron que convertir todas las variables independientes en dicotómicas (Sí / No). Fruto de este proceso, se crearon las siguientes nuevas variables:

1. Tener entre 16 y 19 años
2. Tener entre 20 y 24 años
3. Tener entre 25 y 29 años
4. Ser de izquierdas
5. Ser de centro-izquierda
6. Ser de centro-derecha
7. Ser de derechas

La variable relativa al sexo del encuestado no sufrió ninguna modificación porque se estableció como dicotómica en origen (Hombre / Mujer).

En la fase final de redacción, se ha empleado una herramienta de inteligencia artificial generativa basada en modelos de lenguaje (LLM) (ChatGPT modelo GPT-4, en marzo de 2025) con el objetivo de mejorar la claridad, coherencia y legibilidad del texto. Esta herramienta ha sido utilizada de forma análoga a los correctores ortográficos y gramaticales ya consolidados en los procesos editoriales. Se ha trabajado exclusivamente sobre material previamente redactado por los autores. No se ha generado contenido nuevo. La responsabilidad plena sobre el contenido, su análisis y sus conclusiones recae en los autores del artículo.

4. RESULTADOS

4.1. Incidencia del discurso de odio

En esta investigación definimos el discurso de odio como expresiones escritas, verbales o visuales que denigran, insultan, amenazan o atacan a una persona a causa de su sexo, género, aspecto físico, forma de vestir, creencias religiosas, origen étnico o racial, orientación sexual, situación económica, opiniones sobre la igualdad entre hombres y mujeres y las ideas políticas.

Los datos generales muestran que casi 8 de cada 10 encuestados (79,6 %) declara haber sido víctima de discursos de odio por al menos 1 de los 10 motivos recogidos en la encuesta (Tabla 1).

Al desagregar los datos por sexo, se observa que el 76,8 % de los hombres reconoce haber recibido este tipo de comentarios, mientras que el porcentaje asciende al 82,5 % en el caso de las mujeres. La diferencia del 6 % entre ambos grupos indica una mayor exposición de las mujeres a los discursos de odio en entornos digitales.

En cuanto a la edad, los resultados revelan que la incidencia del discurso de odio aumenta a medida que disminuye la edad del usuario. El grupo más afectado es el de jóvenes entre 16 y 19 años, con un 81,6 % que afirma haber recibido mensajes de odio, seguido del grupo de 20 a 24 años (80,5 %) y, por último, del grupo de 25 a 29 años (76,9 %).

Tabla 1. *Datos generales, por género y edad.*

Estadísticos descriptivos. Discurso de odio			
General	Sí: 959 (79,6%)	No: 229 (19%)	NS/NC: 46 (1,4%)
Sexo	Hombre	Sí: 76,8% No: 21,1% NS/NC: 2,1%	
	Mujer	Sí: 82,5% No: 16,8% NS/NC: 0,7%	
Edad	16-19	Sí: 81,6% No: 16,4% NS/NC: 2%	
	20-24	Sí: 80,5% No: 18,2% NS/NC: 1,3%	
	25-29	Sí: 76,9% No: 22,1% NS/NC: 0,9%	

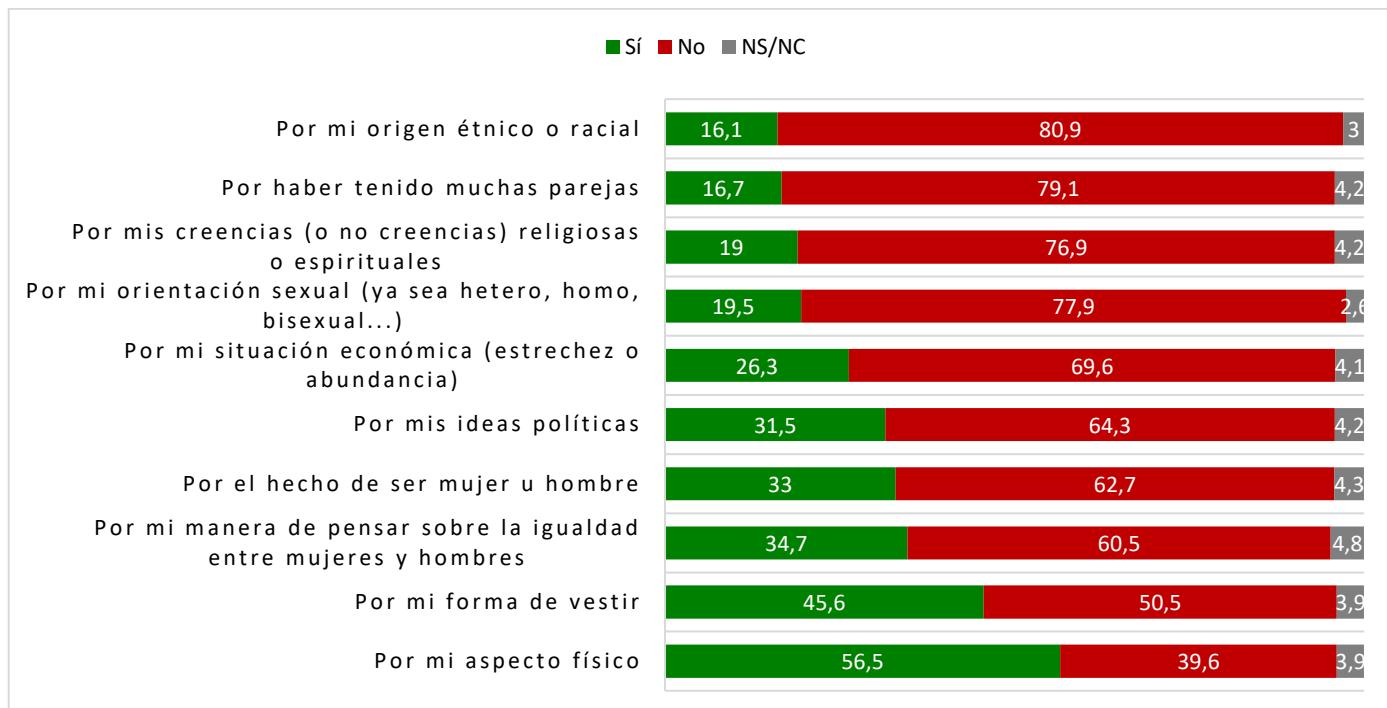
Fuente: Elaboración propia.

4.2. Principales razones que motivan el discurso de odio en entornos digitales

Los jóvenes identifican principalmente dos motivos por los que reciben comentarios negativos: el aspecto físico y la forma de vestir. Más de la mitad de los encuestados afirma haber sido atacado por su apariencia, y un 45,5 % señala la vestimenta como motivo de agresión. A continuación, se sitúan otras razones de carácter ideológico y de identidad: la manera de pensar sobre la igualdad entre hombres y mujeres, el hecho de ser hombre o mujer y las ideas políticas presentan porcentajes que superan el 30 % (Figura 1). Estos datos ponen de manifiesto la amplia presencia del discurso de odio y revelan que sus principales objetivos son tanto los aspectos estéticos como las opiniones y las identidades personales de quienes lo sufren.

Otras motivaciones, como la orientación sexual, las creencias religiosas, el haber tenido muchas parejas o pertenecer a una determinada etnia o raza, presentan porcentajes más bajos. Este dato resulta especialmente llamativo si se considera que, según investigaciones previas, los colectivos inmigrantes y la comunidad LGTBI+ suelen figurar entre los más atacados en entornos digitales (Hickey *et al.*, 2025). Esta aparente contradicción podría deberse a factores como la subrepresentación de ciertos perfiles en la muestra o a la normalización de determinadas formas de discriminación que dificultan su identificación como discurso de odio por parte de los encuestados.

Figura 1. Razones por las que se reciben comentarios negativos.

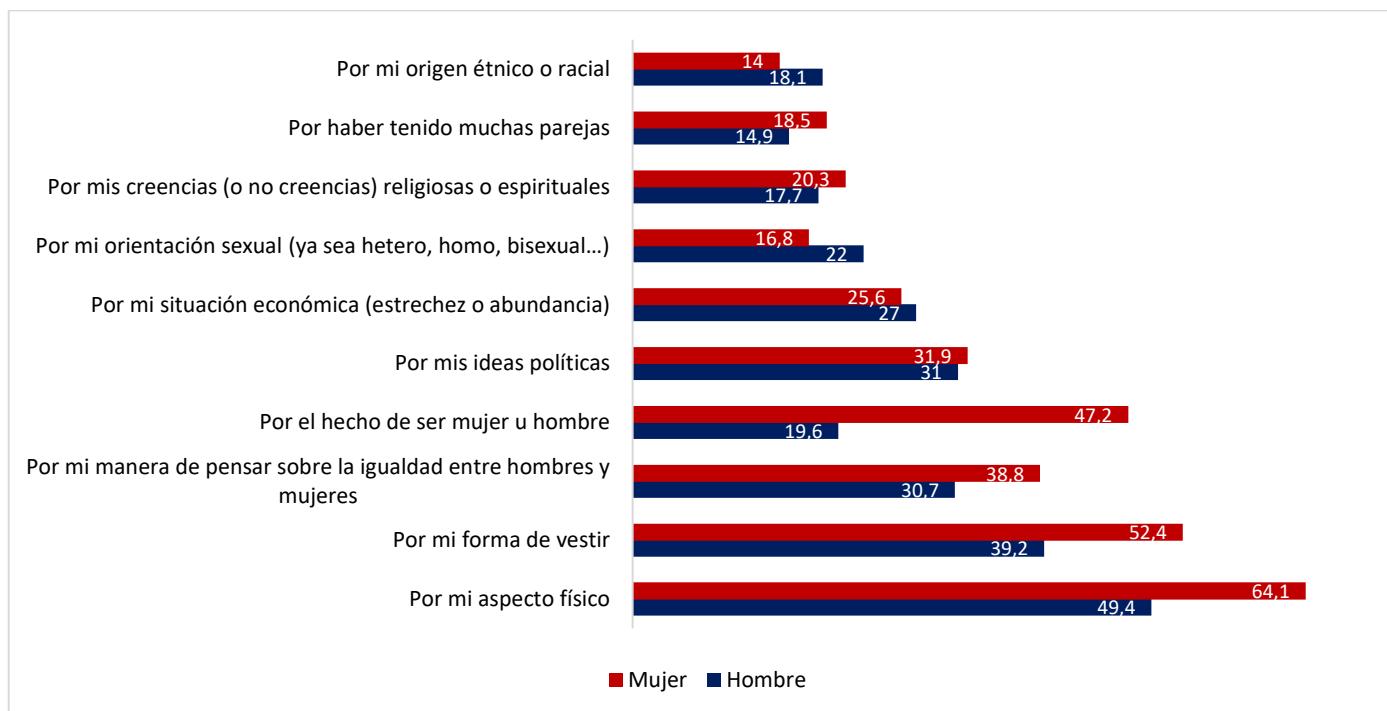


Fuente: Elaboración propia.

4.3. Factores individuales que incrementan la probabilidad de recibir comentarios negativos

Ser mujer emerge como un claro factor de vulnerabilidad frente al discurso de odio en entornos digitales. Según los datos recogidos, las mujeres reportan haber sido objeto de comentarios ofensivos en mayor medida que los hombres en todas las situaciones consideradas en la encuesta, con la excepción de tres: la situación económica, la orientación sexual y el origen étnico o racial (Figura 2).

Figura 2. Factores condicionantes por sexo.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Regresiones logísticas binarias.

Variables dependientes ¿Alguna vez te han hecho algún comentario negativo por estas razones?	Factores predictivos	Estadísticos
Por mi orientación sexual	Ser de izquierdas	B=.913 Exp(B)=2.491 p<.001
	Sexo (ser hombre)	B=.439 Exp(B)=1.551 p=.004
Por mi origen étnico o racial	Sexo (ser hombre)	B=.381 Exp(B)=1.463 p=.018
Por mis ideas políticas	Ser de centro-izquierda	B= -.523 Exp(B)=.593 p=.014
	Ser de centro-derecha	B= -1.224 Exp(B)=.294 p<.001
Por mi forma de vestir	Tener entre 16 y 19 años	B=.434 Exp(B)=1.544 p=.003
	Ser de izquierdas	B=.447 Exp(B)=1.563 p=.022
	Sexo (ser mujer)	B= -.425 Exp(B)=.653 p<.001
Por mi aspecto físico	Tener entre 16 y 19 años	B=.349 Exp(B)=1.418 p=.018
	Ser de izquierdas	B=.622 Exp(B)=1.862 p=.002
	Ser de centro-izquierda	B=.559 Exp(B)=1.749 p=.009
	Sexo (ser mujer)	B= -.514 Exp(B)=.598 p<.001
Por mis creencias religiosas / espirituales	Tener entre 16 y 19 años	B=.377 Exp(B)=1.458 p=.036
	Ser de centro-derecha	B= -.572 Exp(B)=.564 p=.004
	Tener entre 16 y 19 años	B=.548

Por mi manera de pensar sobre la igualdad entre mujeres y hombres		Exp(B)=1.730 p<.001
	Ser de centro-derecha	B= -.573 Exp(B)=.564 p=.001
	Sexo (ser mujer)	B= -.351 Exp(B)=.704 p=.006
Por el hecho de ser mujer u hombre	Tener entre 16 y 19 años	B=.469 Exp(B)=1.598 p=.003
	Ser de izquierdas	B=.713 Exp(B)=2.041 p=.001
	Ser de centro-izquierda	B=.603 Exp(B)=1.827 p=.009
	Sexo (ser mujer)	B= -1.271 Exp(B)=.280 p<.001

Fuente: Elaboración propia.

Como se desprende de la Figura 2, el aspecto físico y la forma de vestir son las razones más frecuentes por las que tanto hombres como mujeres declaran haber sido víctimas de ataques de odio en entornos digitales. Sin embargo, las diferencias de género son significativas. Mientras que el 64 % de las mujeres afirma haber recibido comentarios negativos por su aspecto físico, en el caso de los hombres esta cifra desciende al 49 %. De manera similar, un 52 % de las mujeres señala haber sido criticada por su forma de vestir, frente al 39 % de los hombres.

Esta tendencia queda respaldada en los resultados de las pruebas de regresión logística (Tabla 2) que confirman la influencia significativa del sexo en la probabilidad de recibir comentarios negativos por el aspecto físico. Las mujeres presentan una mayor exposición a este tipo de agresiones que los hombres. Estos hallazgos refuerzan la idea de que el cuerpo femenino continúa siendo objeto de escrutinio y control social, una dinámica estrechamente relacionada con el fenómeno del *body shaming*. Ahora bien, aunque en menor medida, esa presión social también se ha trasladado a los hombres que comienzan a experimentar críticas por su aspecto físico, lo que sugiere una ampliación del ideal normativo corporal y de los mecanismos de vigilancia estética hacia el género masculino.

La variable sexo también influye en la probabilidad de recibir comentarios negativos por la forma de vestir. Sin embargo, la diferencia más significativa se encuentra en el hecho de ser mujer como motivo en sí mismo de ataque, lo que evidencia un componente claro de discriminación por razón de género. El 47,2 % de las mujeres ha sido objeto de odio por esta razón, frente al 19,6 % de los hombres. Estos datos pueden ser interpretados como una manifestación de misoginia, donde la identidad femenina se convierte, por sí sola, en blanco de agresiones simbólicas.

Los resultados también muestran que el sexo influye significativamente en la probabilidad de recibir comentarios negativos al expresar opiniones sobre la igualdad entre mujeres y hombres. Las mujeres son más propensas a ser cuestionadas o atacadas por sus ideas en este ámbito, lo que revela una resistencia social hacia los discursos feministas cuando son enunciados por ellas. No obstante, en el caso de los hombres también se observa una tendencia relevante: su manera de pensar sobre la igualdad de género aparece como el tercer motivo más frecuente por el que son víctimas de discursos de odio. Esto sugiere que, incluso para ellos,

expresar posturas igualitarias puede generar rechazo y desencadenar respuestas hostiles en el espacio público.

Como se había señalado previamente, los datos de la encuesta indican que existen tres motivos por los que los hombres son más atacados que las mujeres: la situación económica, la orientación sexual y el origen étnico o racial. Sin embargo, el análisis estadístico matiza esta percepción en el caso de la situación económica, ya que ninguno de los factores relativos a la edad, la ideología y el sexo predicen el hecho de recibir comentarios negativos. En cuanto al origen étnico o racial, los resultados sí muestran que ser hombre aumenta las probabilidades de ser objeto de comentarios negativos, tienen un 46,3% más de probabilidad que las mujeres. Finalmente, en lo relativo a la orientación sexual, ser hombre aumenta las probabilidades de ser objeto de comentarios negativos un 55,1%.

La ideología emerge como la segunda variable que más influye de forma significativa en la exposición al discurso del odio. Los datos reflejan que quienes se identifican ideológicamente con la izquierda son el grupo más afectado en varias categorías sensibles. Según los datos de frecuencia (Figura 3), los principales motivos por los que estos jóvenes afirman haber recibido comentarios negativos son su orientación sexual (43,2 %), sus ideas políticas (41 %) y su forma de pensar sobre la igualdad (38,2 %). Los resultados de las pruebas de regresión logística confirman esta tendencia. Constanan que el hecho de ser de izquierdas multiplica por 2,5 las posibilidades de recibir comentarios negativos por la orientación sexual del individuo y duplica la posibilidad de recibir mensajes de odio por ser mujer u hombre.

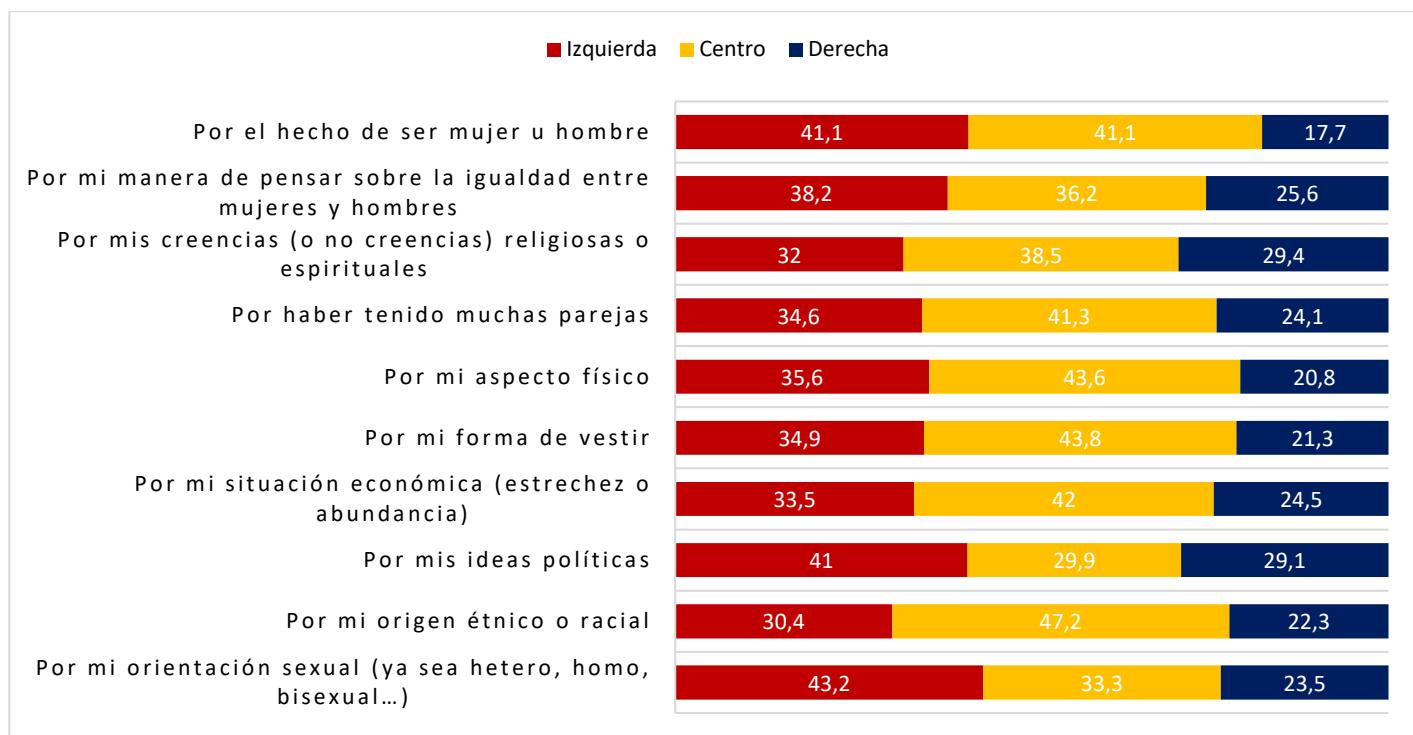
En sentido inverso, las personas que se identifican con posiciones de derechas declaran haber recibido menos comentarios negativos que quienes se sitúan en el centro o en la izquierda del espectro ideológico. En los casos en que manifiestan haber sido objeto de ataques, los motivos más frecuentes son sus creencias religiosas (29,4 %), sus ideas políticas (29,1 %) y, en menor medida, su situación económica (24,5 %). No obstante, en los tres casos, las cifras son inferiores a las registradas entre los encuestados de centro o izquierda.

Al analizar los datos mediante regresión logística, se confirma que identificarse con la derecha reduce significativamente la probabilidad de ser víctima de discursos de odio, tanto por razones religiosas como por opiniones relacionadas con la igualdad de género. Este menor nivel de hostilidad percibida o registrada hacia quienes se identifican con posiciones ideológicas de derechas podría deberse, hipotéticamente, a que sus discursos suelen alinearse con marcos normativos tradicionales que aún conservan una amplia legitimación en diversos contextos sociales y políticos. Asimismo, cabe plantear la posibilidad de que esta tendencia se vea reforzada por el impacto de ciertos discursos institucionales emergentes y por la lógica algorítmica de las plataformas digitales, que podría favorecer la visibilidad de contenidos que no cuestionan abiertamente el *statu quo*. No obstante, estas interpretaciones requieren ser contrastadas empíricamente mediante investigaciones específicas que profundicen en el papel de estas variables.

En resumen, los datos ponen de manifiesto una asimetría en la exposición al discurso de odio, donde el posicionamiento ideológico influye directamente en la intensidad y tipología de la violencia simbólica que los jóvenes experimentan en redes sociales. Ahondando en esta línea, encontramos que los jóvenes que se autoubican en el centro del espectro político son quienes más comentarios negativos reciben en todos los supuestos planteados, salvo en aquellos donde las críticas se dirigen con mayor intensidad hacia quienes se identifican con la izquierda. Esta aparente paradoja en el contexto de polarización actual puede explicarse, en parte, porque se sitúan en una posición intermedia que los expone simultáneamente a las críticas de ambos extremos ideológicos. Su indefinición o ambigüedad puede interpretarse, por unos y otros, como tibieza, oportunismo, equidistancia o falta de compromiso y ser motivo de recibir un volumen elevado de interacciones negativas.

Este panorama sugiere que la polarización ideológica se manifiesta como un eje de discriminación digital, donde la expresión de ideas políticas, los posicionamientos sociales y hasta la identidad sexual se convierten en motivos de agresión simbólica. Así, las redes sociales, lejos de constituir espacios neutrales de debate, reproducen dinámicas de exclusión ideológica que afectan de forma desigual a los jóvenes según su posicionamiento político y su nivel de exposición.

Figura 3. Factores condicionantes por autoubicación ideológica.



Fuente: Elaboración propia

Una tercera variable que aparece como significativa en varios de los casos analizados es la edad. Los resultados indican que las personas más jóvenes tienen una mayor probabilidad de recibir comentarios negativos por su forma de vestir, por sus opiniones sobre la igualdad entre mujeres y hombres y tienen un 45,8% más de probabilidad de recibir odio por sus creencias religiosas o espirituales. Además, también los de menor edad son más propensos a ser objeto de ataques simplemente por el hecho de ser hombre o mujer —tener entre 16 y 19 años aumenta en un 60% las posibilidades de recibir este tipo de mensajes—. Estos datos reflejan una mayor vulnerabilidad entre los sectores más jóvenes, que parecen estar más expuestos a juicios, críticas y discursos de odio en torno a su identidad, su apariencia y sus ideas.

4.4. Medidas adoptadas para evitar el discurso de odio

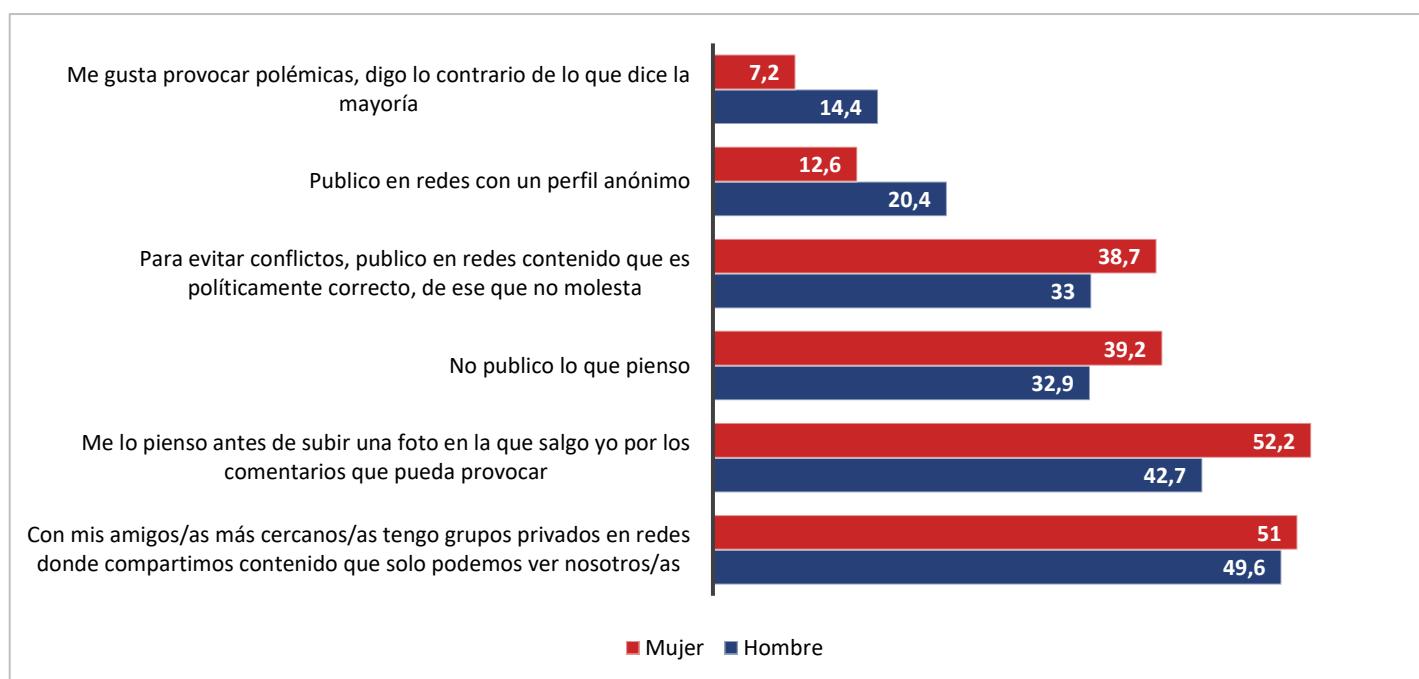
Uno de los comportamientos más extendidos entre los jóvenes para evitar enfrentarse a situaciones de tensión o controversia en redes sociales es la autocensura. Un abrumador 83,3 % de los encuestados reconoce que prefiere callar o evitar ciertos temas para no verse envuelto en polémicas, lo que remite directamente a la teoría de la espiral del silencio formulada por Elisabeth Noelle-Neumann (1993). Esta teoría sostiene que las personas tienden a silenciar sus opiniones cuando perciben que están en minoría por miedo al aislamiento o al rechazo social, y los entornos digitales parecen reproducir ese mismo patrón. En este sentido, las redes sociales, que en principio fueron concebidas como espacios para la libre expresión, pueden acabar funcionando como mecanismos de presión social que refuerzan el conformismo.

La autocensura no solo se manifiesta en la omisión de opiniones, sino también en la forma de autorrepresentarse. Casi la mitad de los encuestados (47,3 %) afirma que se lo piensa dos veces antes de subir una fotografía en la que aparece, por temor a los comentarios que pueda recibir, y un 36 % declara directamente que no publica lo que realmente piensa. Ante este clima, muchos jóvenes optan por crear espacios cerrados y de confianza: el 50 % señala que comparte contenido únicamente en chats privados con amigos, donde sienten mayor libertad para expresarse.

Otros comportamientos se alejan de la autocensura y muestran respuestas más estratégicas o defensivas: un 16,6 % recurre a perfiles anónimos para tener mayor libertad de expresión sin exponerse personalmente, mientras que un 10,9 % adopta una actitud provocadora, publicando comentarios contrarios a la mayoría con el objetivo de generar polémica. También es relevante que algunos encuestados, lejos de quedarse en silencio, optan por ajustarse al discurso dominante y publican contenidos que saben que serán socialmente aceptados, incluso si no reflejan realmente su pensamiento, lo que amplía la espiral del silencio más allá del silencio literal, incluyendo formas de expresión estratégicamente adaptadas.

Las diferencias de género también se reflejan claramente en los comportamientos de autocensura y gestión de la identidad digital (Figura 4). Las mujeres, más que los hombres, tienden a pensar cuidadosamente antes de publicar una imagen suya o expresar su opinión en redes sociales. En cambio, los hombres manifiestan con mayor frecuencia dos comportamientos que rompen con esta lógica más contenida: son ellos quienes declaran en mayor proporción utilizar perfiles anónimos para expresarse en redes sociales, y también quienes dicen sentirse cómodos provocando polémicas o llevando la contraria al discurso dominante. Estos dos comportamientos, donde la participación masculina supera a la femenina, podrían estar relacionados con una percepción de menor riesgo social o personal ante el conflicto digital, o con una socialización que tolera y a veces premia la confrontación pública como forma de reafirmación.

Figura 4. Actitudes a la hora de publicar en redes por sexo.



Fuente: Elaboración propia

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados de esta investigación permiten alcanzar el objetivo general, al ofrecer una visión detallada de cómo se manifiesta el discurso de odio en redes sociales entre los jóvenes españoles, qué factores lo provocan, qué colectivos resultan más vulnerables y qué estrategias adoptan los usuarios para protegerse.

En relación con el OE1, los datos confirman la alta incidencia de agresiones simbólicas en el entorno digital, lo que sugiere una preocupante normalización del discurso de odio en redes. Una proporción significativa de jóvenes reconoce haber sido víctima de comentarios hostiles o discriminatorios, lo que refleja la extensión del fenómeno.

Respecto al OE2, el estudio permite identificar las motivaciones más frecuentes de los ataques: destacan especialmente el aspecto físico y la ideología, aunque también se observan casos vinculados al género, la orientación sexual y la identidad. No obstante, resulta significativo que categorías tradicionalmente asociadas al discurso de odio, como la orientación sexual o el origen étnico, aparezcan menos mencionadas por los participantes. Esta aparente contradicción con respecto a estudios previos (Fuentes-Lara y Arcila-Calderón, 2023) podría explicarse por múltiples factores: desde la posible infrarrepresentación de colectivos especialmente vulnerables en la muestra, hasta la dificultad de reconocer ciertas formas de discriminación cuando se experimentan de manera cotidiana o sutil. En este sentido, los datos invitan a reflexionar sobre los límites de la percepción individual frente al fenómeno del odio digital y sobre la necesidad de ampliar el enfoque metodológico para captar toda su complejidad.

El OE3 se ve plenamente atendido al delimitar los perfiles más vulnerables al discurso de odio. Ser mujer incrementa significativamente la probabilidad de sufrir agresiones, una conclusión que coincide con lo señalado por investigaciones previas (Hernández Prados *et al.*, 2024), especialmente aquellas vinculadas al aspecto físico y a la forma de vestir. Este patrón reproduce dinámicas de control social que históricamente han situado al cuerpo femenino como objeto de escrutinio público, y que en el entorno digital se manifiestan a través de fenómenos como el *body shaming* y el *slut-shaming*. Pero más allá de lo estético, las mujeres también reciben ataques por el simple hecho de serlo, así como por defender o expresar ideas relacionadas con la igualdad, lo que revela la existencia de discursos misóginos y antifeministas, especialmente hostiles cuando las voces igualitarias provienen de mujeres.

Junto a esta constatación, emerge otro dato de interés: la presión estética ya no afecta exclusivamente a las mujeres. Se observa un aumento de críticas hacia los hombres por razones vinculadas a su apariencia, lo que indica una ampliación del ideal corporal normativo y de los mecanismos de vigilancia simbólica hacia el género masculino.

Otra conclusión, es que el hecho de ser hombre se asocia con una mayor probabilidad de recibir comentarios negativos relacionados con la orientación sexual, lo que sitúa también a las personas no heterosexuales entre los grupos más expuestos. Este dato también coincide con la literatura analizada (Esteban-Ramiro y Moreno-López, 2023).

Por último, la edad aparece como una variable significativa: los individuos más jóvenes son quienes reportan con mayor frecuencia haber sido víctimas de comentarios ofensivos. Esta mayor exposición al discurso de odio puede explicarse, en parte, por su elevada presencia y participación en espacios digitales (Save the children, 2024), donde interactúan con mayor intensidad y visibilidad.

En conjunto, estos hallazgos contribuyen a delinear un perfil preciso de los públicos vulnerables al discurso de odio *online*, y ofrecen una base empírica sólida para el diseño de políticas de sensibilización, prevención y protección adaptadas a estas realidades.

La ideología se perfila como la segunda variable con mayor influencia en la exposición al discurso de odio en entornos digitales. Los datos evidencian que quienes se identifican ideológicamente con la izquierda son más propensos a recibir comentarios negativos en categorías sensibles como la orientación sexual, el aspecto físico e incluso por su identidad de género (el hecho de ser hombre o mujer). Esta mayor vulnerabilidad puede estar asociada a una mayor exposición pública o a una participación más activa en debates sociales que suelen generar polarización.

Por el contrario, los encuestados que se sitúan ideológicamente en el espectro conservador declaran haber recibido menos ataques. En los casos en los que sí han sido objeto de comentarios ofensivos, los principales motivos están vinculados a sus creencias religiosas, sus opiniones políticas y, en menor medida, a su situación económica. Esta menor percepción de vulnerabilidad podría deberse a una mayor aceptación pública de ciertos discursos que, en el pasado, eran socialmente penalizados. El auge de discursos alineados con posiciones de derecha radical (Said-Hung *et al.*, 2023) ha contribuido a normalizar mensajes antes considerados disruptivos, marginales o políticamente incorrectos sobre inmigración, feminismo o violencia de género, lo que ha reducido la autocensura que, según la teoría de la espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1993), solía inhibir la expresión de opiniones no mayoritarias. Tal como destacan investigaciones recientes (Velasco y Rodríguez-Alarcón, 2020; Rosenberg, 2022; Fuentes-Lara y Arcila-Calderón, 2023), se ha producido una reconfiguración del espacio público en el que algunas voces conservadoras han ganado terreno discursivo y legitimidad.

En este nuevo contexto comunicativo se explica la situación de quienes se posicionan ideológicamente en el centro. A pesar de su aparente neutralidad, este grupo es el que reporta una mayor frecuencia de comentarios negativos en la mayoría de los supuestos analizados, excepto en aquellos donde las críticas se dirigen con mayor intensidad hacia los jóvenes de izquierda. Este hallazgo apunta a una posible vulnerabilidad del discurso centrista en un entorno cada vez más polarizado, donde las posiciones intermedias pueden ser objeto de críticas desde ambos extremos ideológicos.

En relación con el OE4, el análisis pone de manifiesto diversas estrategias de autoprotección adoptadas por los jóvenes. La más extendida es la autocensura, que no siempre se manifiesta como silencio explícito, sino que adopta formas más sutiles y complejas. Algunos jóvenes optan por omitir opiniones controvertidas, pero también moderan su forma de autorrepresentarse en redes sociales. Este fenómeno incluye, por ejemplo, la publicación de contenidos diseñados para encajar con lo socialmente aceptado, aun cuando no reflejan fielmente sus ideas o valores. Así, el concepto de espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1993) se amplía más allá del silencio literal para abarcar estrategias expresivas adaptativas, donde la expresión pública se ajusta estratégicamente al clima de opinión dominante. Esta conclusión coincide con la alcanzada por otra investigación reciente que demuestra que, dentro de las comunidades *online*, los miembros no solo guardan silencio cuando las opiniones predominantes sobre temas polémicos son diferentes a las propias, sino que empiezan a argumentar en contra de sus propias ideas (Haug *et al.*, 2025). Este comportamiento, más común entre las mujeres, ya había sido identificado en estudios anteriores (Vázquez Barrio *et al.*, 2021; Torrecillas-Lacave *et al.*, 2022), que apuntan a una mayor presión social sobre las mujeres vinculada a su apariencia física y comportamiento en redes. La autocensura femenina se perfila, en este contexto, como una forma de autoprotección frente a posibles juicios, comentarios no deseados o incluso situaciones de acoso.

Por el contrario, una minoría —en su mayoría hombres— adopta respuestas más defensivas o estratégicas. Algunos recurren al anonimato para expresar con libertad opiniones que saben que pueden resultar polémicas sin exponerse personalmente, mientras que otros adoptan una actitud abiertamente provocadora. Publican

deliberadamente mensajes contrarios al clima de opinión mayoritario, en un intento de desafiarlo o generar controversia. Esta divergencia de actitudes puede leerse también desde la teoría de la espiral del silencio: mientras que las mujeres tienden a interiorizar el miedo al rechazo social y moderan su exposición, algunos hombres reaccionan con mayor confrontación o búsqueda de visibilidad, aunque sea desde una identidad encubierta.

En conjunto, los hallazgos no solo permiten mapear con mayor precisión el impacto del discurso de odio en la juventud española, sino que también evidencian cómo los entornos digitales reproducen —y a veces intensifican— desigualdades estructurales. La investigación aporta así una base empírica sólida para el diseño de intervenciones preventivas, programas de alfabetización digital y políticas públicas orientadas a la protección de los colectivos más expuestos en el espacio virtual.

6. REFERENCIAS

- Aranda, G. (2023). De la hispanidad a la hispanoesfera. Conciencia imperial y nacionalismo centrípeto en la derecha voxista (2013-2020). *Intus-Legere Historia*, 17(2), 206-234. <https://intushistoria.uai.cl/index.php/intushistoria/article/view/604>
- Assimakopoulos, S., Baider, F. H. y Millar, S. (2017). Young People's Perception of Hate Speech. En *Online Hate Speech in the European Union: A Discourse-Analytic Perspective* (pp. 53-85). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72604-5_4
- Bustos Martínez, L., De Santiago Ortega, P. P., Martínez Miró, M. Á. y Rengifo Hidalgo, M. S. (2019). Discursos de odio: Una epidemia que se propaga en la red. estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. *Mediaciones Sociales*, 18, 25-42. <https://doi.org/10.5209/meso.64527>
- Camargo Fernández, L. (2021). El nuevo orden discursivo de la extrema derecha española: de la deshumanización a los bulos en un corpus de tuits de Vox sobre la inmigración. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 63-82. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5866>
- Correcher Mira, J. (2020). Discurso del odio y minorías: redefiniendo la libertad de expresión. *Teoría & Derecho. Revista de pensamiento jurídico*, 28, 166-191. <https://core.ac.uk/download/pdf/491098258.pdf>
- Duggan, M. (11 de julio de 2017). Online harassment 2017. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2017/07/11/online-harassment-2017/>
- Esquivel Alonso, Y. (2016). El discurso del odio en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos. *Cuestiones Constitucionales. Revista Mexicana De Derecho Constitucional*, 1(35), 3-44. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484881e.2016.35.10491>
- Esteban-Ramiro, B. y Moreno-López, R. (2023). Nuevas formas de violencia y discursos de odio hacia las mujeres en juegos online multijugador. *methaodos. Revista de ciencias sociales*, 11(1). <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v11i1.652>
- Falxa, J. (2014). Redes sociales y discursos de odio: un enfoque europeo. En F. Pérez Álvarez y L. M. Díaz Cortés (coord.), *Moderno discurso penal y nuevas tecnologías* (pp. 89-106). Ediciones Universidad de Salamanca.
- Fluck, J. (2017). Why do students bully? An analysis of motives behind violence in schools. *Youth & Society*, 49(5), 567-587. <https://doi.org/10.1177/0044118X14547876>

Fuentes Osorio, J. L. (2024). Hateful speech. La expansión del discurso de odio. *Revista Electrónica de Criminología*, 08(02), 1-30. <https://hdl.handle.net/10953/2694>

Fuentes-Lara, C. y Arcila-Calderón, C. (2023). El discurso de odio islamófobo en las redes sociales. un análisis de las actitudes ante la islamofobia en twitter. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 14(1), 225-240. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23044>

García González, S. (2022). Necropolítica y discursos de odio. Sentimiento antinmigración, vulnerabilidad y violencia simbólica. *Isegoría*, 67. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2022.67.07>

García-Prieto, V., Bonilla-del-Río, M. y Figuereo-Benítez, J. C. (2024). Discapacidad, discursos de odio y redes sociales: video-respuestas a los haters en TikTok [Disability, hate speech and social media: video replies to haters on TikTok]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 01-21. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2024-2258>

Goblet, M. y Glowacz, F. (2021). Slut Shaming in Adolescence: A Violence against Girls and Its Impact on Their Health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12). <https://doi.org/10.3390/ijerph18126657>

González-Castro, J. (2023). La comunicación del miedo en la política de Vox: elecciones en Castilla y León y Andalucía 2022. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1912>

Haug M., Maier C., Gewald H. y Weitzel T. (2025). Supporting opinions to fit in: a spiral of silence-theoretic explanation for establishing echo chambers and filter bubbles on social media. *Internet Research*, 35(7), 30-51. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2024-0413>

Hernández Prados, M. Á., Álvarez Muñoz, J. S. y Pina Castillo, M. (2024). Los mensajes de odio en adolescentes. ¿una perspectiva de género? *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 13(1), 269-285. <https://doi.org/10.15366/riejs2024.13.1.015>

Hickey, D., Fessler, D. M. T., Lerman, K. y Burghardt, K. (2025). X under Musk's leadership: Substantial hate and no reduction in inauthentic activity. *PLoS ONE*, 20(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0313293>

IAB Spain. (2025). *Estudio de las Redes Sociales*. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2025/>

Igareda González, N. (2022). *El discurso de odio anti-género en las redes sociales como violencia contra las mujeres y como discurso de odio*. Dykinson.

Jubany, O. y Roiha, M. (2018). *Las palabras son armas: Discurso de odio en la red*. Edicions Universitat Barcelona.

De Lima-Vélez, V., Puello-Martínez, D., Mendoza-Curvelo, M. y Acevedo-Merlano, Á. (2023). Hipersexualización del personaje femenino en el anime: una mirada desde Latinoamérica. El caso Genshin Impact. *Comunicación y Género*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.5209/cgen.84885>

Martínez-Valerio, L. y Mayagoitia Soria, A. M. (2021). Influencers y mensajes de odio: jóvenes y consumo de contenidos autocensurados. *Prisma Social: revista de investigación social*, 34, 4-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8024369>

- Matarín Rodríguez-Peral, E., Gómez Franco, T. y Rodríguez-Peral Bustos, D. (2025). Propagation of Hate Speech on Social Network X: Trends and Approaches. *Social Inclusion*, 13. <https://doi.org/10.17645/si.9317>
- Miano, P. y Urone, C. (2023). What the hell are you doing? A PRISMA systematic review of psychosocial precursors of slut-shaming in adolescents and young adults. *Psychology & Sexuality*, 15(1), 97-113. <https://doi.org/10.1080/19419899.2023.2213736>
- Microsoft. (2025). *Global Online Safety Survey*. <https://www.microsoft.com/en-us/digitalsafety/research/global-online-safety-survey>
- Miró Llinares, F. (2016). Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 22, 82-107. <https://www.redalyc.org/pdf/788/78846481007.pdf>
- Moreno López, R. y Arroyo López, C. (2022). Redes, equipos de monitoreo y aplicaciones móvil para combatir los discursos y delitos de odio en Europa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 347-363. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1750>
- Moreno López, R. y Morales Calvo, S. (2022). Comunicación en redes y discursos de odio en el contexto español. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 10(1), 1-9. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3557>
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion--Our social skin*. University of Chicago Press.
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). *La Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas para la lucha contra el Discurso de Odio*. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_ES.pdf
- Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia. (2024). *Informe Anual de Monitorización del Discurso del Odio en Redes Sociales, 2023* (Informe Nº 121-24-009-4). Secretaría de Estado de Migraciones, del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. <https://goo.su/FYUbH>
- Pahor de Maiti, K., Franzia, J. y Fišer, D. (2023). Haters in the spotlight: gender and socially unacceptable Facebook comments. *Internet Pragmatics*, 6(2), 173-196. <https://doi.org/10.1075/ip.00093.pah>
- Pérez-Escobar, M., Morejón-Llamas, N. y Alcaide-Pulido, P. (2025). Populist Rhetoric and Hate Speech: Analyzing Xenophobic Narratives in Vox's 2023 Election Campaign. *Politics and Governance*, 13. <https://doi.org/10.17645/pag.9346>
- Piñeiro-Otero, T. y Martínez-Rolán, X. (2021). Eso no me lo dices en la calle. Análisis del discurso del odio contra las mujeres en Twitter. *Profesional de la Información*, 30(5). <https://goo.su/p8idl>
- Ramírez-García, A., González-Molina, A., Gutiérrez-Arenas, M. P. y Moyano Pacheco, M. (2022). Interdisciplinariedad de la producción científica sobre el discurso del odio y las redes sociales: Un análisis bibliométrico. *Comunicar*, 72, 129-140. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-10>
- Rivera-Martín, B., Martínez de Bartolomé Rincón, I. y López López, P. J. (2022). Discurso de odio hacia las personas LGTBIQ+: medios y audiencia social. *Revista Prisma Social*, 39, 213-233. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4868>

Rosenberg, N. (2022). *La seguridad como eje rector de la política israelí durante la era Netanyahu: implicancias para el conflicto palestino-israelí (2009-2021)* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Rosario]. Repositorio Institucional UNR. <https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/36111f1b-34c9-4ea2-be6e-7425c4d42803/content>

Romo Parra, C., Sell Trujillo, L., Vera Balanza, T. y Delgado Peña, J. J. (2023). Identidades y exposición a las violencias online. Aproximación a una clasificación temática de los mensajes de odio. *Revista Latina De Comunicación Social*, 81, 539-553. <https://doi.org/10.4185/rcls-2023-1998>

Said-Hung, E., Moreno-López, R. y Mottareale-Calvanese, D. (2023). Promotion of hate speech by spanish political actors on twitter. *Policy and Internet*, 15(4), 665-686. <https://doi.org/10.1002/poi3.353>

Save the Children (2024). *Derechos #sin conexión: un análisis sobre derechos de la infancia y la adolescencia y su protección en el entorno digital*. Save the Children España. <https://www.savethechildren.es/actualidad/informe-derechos-sin-conexion>

Sponholz, Liriam. (2022). Hate speech and deliberation: overcoming the words that wound trap. En M. Pérez, y J. Noguera-Vivó (eds.), *Hate speech and polarization in Participatory Society* (pp. 49-64). Routledge, Taylor and Francis Group. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=859034>

Torrecillas-Lacave, T., Vázquez-Barrio, T. y Suárez-Álvarez, R. (2022). Experiencias de ciberacoso en adolescentes y sus efectos en el uso de internet. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 20(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1624>

Unlu, A., Truong, S., Sawhney, N., Tammi, T. y Kotonen, T. (2025). From prejudice to marginalization: Tracing the forms of online hate speech targeting LGBTQ+ and Muslim communities. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448241312900>

Vázquez Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T. y Suárez-Álvarez, R. (2020). Diferencias de género en las oportunidades de la digitalización para la participación sociopolítica de los adolescentes. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 11(1), 155-168. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.10>

Vázquez Barrio, T., Sánchez-Valle, M. y Viñarás-Abad, M. (2021). Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación. *Profesional de la información*, 30(1), 1-12, e300106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7791121>

Velasco, V. y Rodríguez-Alarcón, L. (2020). *Nuevas narrativas migratorias para reemplazar el discurso del odio. Narrativas porCausa*. https://porcausa.org/wp-content/uploads/2020/02/Dossier_Nuevas-Narrativas-para-reemplazar-el-discurso-del-odio.pdf

Wachs, S., WeJEstein, A., Bilz, L. y Gámez-Guadix, M. (2022). Adolescents' motivations to perpetrate hate speech and links with social norms [Motivos del discurso de odio en la adolescencia y su relación con las normas sociales]. *Comunicar*, 71, 9-20. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-01>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Vázquez-Barrio, Tamara. **Software:** García-Marín, David. **Validación:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Ánalisis formal:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Curación de datos:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Redacción-Preparación del borrador original:** Vázquez-Barrio, Tamara y González-Castro, Jacob. **Redacción-Revisión y Edición:** Vázquez-Barrio, Tamara y González-Castro, Jacob. **Visualización:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Supervisión:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Administración de proyectos:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Vázquez-Barrio, Tamara; González-Castro, Jacob y García-Marín, David.

Financiación: Esta investigación ha sido financiada por la Universidad CEU San Pablo, CEU Universities, en el marco de la Convocatoria de Ayudas para Grupos de Investigación Reconocidos (GIR). La ayuda ha sido concedida al Grupo de Investigación Reconocido ThinkOnMedia, adscrito a la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo.

Conflicto de intereses: No existe conflicto de intereses.

AUTOR/A/ES/AS:

Tamara Vázquez-Barrio

Universidad San Pablo CEU.

Profesora Titular acreditada por ANECA en la Universidad San Pablo CEU, desde 2009. Directora del Máster en Comunicación Corporativa, política y lobby. Investigadora Principal de Grupo de Investigación Consolidado Think On Media y del proyecto AlgorLit. Dos sexenios de investigación reconocidos por CNEAI. Coordinadora del Programa de Doctorado en Comunicación Social de la Escuela Internacional de Doctorado CEINDO y editora científica de la Revista Doxa Comunicación. Participa en proyectos competitivos desde 2004, siendo IP de tres de ellos, dos financiados por el Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación. Sus investigaciones se centran en los usos, riesgos y oportunidades de Internet y de las redes sociales, la desinformación y la comunicación política.

tamarav@ceu.es

Índice H: 18

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2789-8554>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55567519900>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=LWsMlhIAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Tamara-Vazquez-Barrio>

Academia.edu: <https://uspceu-es.academia.edu/TamaraV%C3%A1zquezBarrio>

Jacob González-Castro

Universidad San Pablo CEU.

Profesor Contratado Doctor en la Universidad San Pablo CEU desde 2024. Su línea de investigación aborda la comunicación en la esfera pública y la ciudadanía. Es Graduado en Comunicación, Máster en Comunicación Corporativa, y Máster en Formación del Profesorado. Miembro del Grupo de Investigación Think On Media, se encuentra vinculado al proyecto de investigación “Conocimientos, actitudes y opiniones de la población española sobre los algoritmos de internet y diseño de Alfabetizaciones Algorítmicas Críticas (AlgoLit)”. Su investigación aborda el análisis de la comunicación política y social. En sus trabajos se analizan los actores, escenarios y elementos que intervienen en el proceso comunicativo, así como la incidencia de los mensajes en las diferentes audiencias que permite la conformación de la Opinión Pública.

jacob.gonzalezcastro@ceu.es

Índice H: 3

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2480-5703>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57428123200>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=YVzt2esAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Jacob-Gonzalez-Castro?ev=hdr_xprf

Academia.edu: <https://uspceu-es.academia.edu/JacobG>

David García-Marín

Universidad Rey Juan Carlos.

Doctor por la UNED en el programa de Sociología, Línea Medios de Comunicación y Sociedad del Conocimiento. Máster en Comunicación y Educación en la Red (UNED). Licenciado en Periodismo (Universidad Complutense de Madrid). Acreditado como Profesor Contratado Doctor por ANECA. Profesor Ayudante Doctor en la Universidad Rey Juan Carlos donde imparte las asignaturas “Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información”, “Géneros Informativos en Radio y Televisión” y “Producción de Programas Informativos en Radio”. Ejerce como profesor invitado en diversos másteres en comunicación digital, nuevas pedagogías y periodismo transmedia en la UNED, donde además ha dirigido varios cursos sobre medios digitales y desinformación. Previamente, fue profesor en la Universidad Carlos III, donde impartió la asignatura “Media Theory” en inglés en los grados bilingües de Periodismo y Estudios Culturales. Sus áreas de investigación se centran en el *podcasting* y el audio digital, la desinformación, el fact-checking y el periodismo transmedia.

david.garciam@urjc.es

Índice H: 23

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4575-1911>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57201402902>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=DjgRxL4AAAAJ&hl=es&oi=ao>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/David-Garcia-Marin>

Artículos relacionados:

Ballesteros-Aguayo, L. y Ruiz del Olmo, F. J. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: el deepfake como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1-14. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294>

Botija, M. R., Ribera-Gutiérrez, M. y Bueno-Guerra, N. (2024). ¿Quién comparte fake news? Consumo y distribución de información entre adolescentes y su relación con el discurso de odio. *Revista de educación*, 1(406), 265-291. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2024-406-645>

Callejo, L. C. y Pernía, M. R. G. (2024). Discurso de odio antifeminista en línea: una revisión de sus estrategias comunicativas. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, 12, 136-176. <https://shorturl.at/qp8fP>

Cárdenas Ortiz, L. C. (2024). Emprendimiento y Discursos de Odio: Desafíos para las Víctimas del Conflicto Armado Interno en Colombia. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1270>

Conde, M. A. (2024). Explorando las tendencias y tácticas de control en internet: un análisis global de los bloqueos y censura en redes sociales. *Revista de Comunicación de la SEEI*, 57, 1-19. <https://doi.org/10.15198/seci.2024.57.e870>