

NOTA DE PRENSA

8 de marzo: Día Internacional de la Mujer

El 9% del odio en comentarios de noticias digitales se dirige contra las mujeres

- El Monitor de Odio del grupo de investigación Hatemedia de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) identifica la misoginia como una de las categorías más hostiles, con una presencia predominante de insultos y amenazas.
- Las mujeres políticas son a menudo blanco principal de los mensajes denigrantes que se difunden ante la pasividad generalizada del resto de los usuarios.
- La investigación revela un incremento de la hostilidad digital: el discurso de odio en la interacción con noticias de los principales medios digitales pasó del 38,5% en 2024 al 40,4% en 2025, lo que supone un aumento del 1,9% en apenas un año.

Logroño/Madrid, 5 de marzo de 2026.-

El 9% de los mensajes de odio detectados en los comentarios a noticias de medios digitales en redes sociales apunta directamente contra las mujeres. Según los datos recogidos por el Monitor de Odio, creado por la **Universidad Internacional de La Rioja** (UNIR) dentro del grupo de investigación Hatemedia, el odio misógino se sitúa como uno de los más prevalentes en el ecosistema informativo español, manifestándose con niveles de intensidad críticos que incluyen insultos explícitos y amenazas.

La investigación de Hatemedia, financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación desde 2019, aborda de manera sistemática la identificación de expresiones de odio en los entornos digitales vinculados a las cabeceras informativas españolas de referencia. A lo largo de estos años, ha permitido la construcción de una de las bases de datos en castellano más amplias sobre discurso de odio. Asimismo, el equipo ha desarrollado herramientas de Inteligencia Artificial capaces de distinguir su presencia, sus tipologías y sus niveles de intensidad.

Incremento de la hostilidad en el ecosistema digital

El último estudio ha analizado de forma comparativa los periodos comprendidos entre junio y noviembre de los años 2024 y 2025, ampliando la monitorización de cinco a ocho medios de

comunicación en la red social X. Durante estos meses, se registraron 45.285 comentarios asociados a la participación ciudadana en las noticias.

Del total de comentarios analizados, 17.777 (el 39,3% del total) contienen algún tipo de expresión de odio, frente a un 60,7% libre de este contenido. Al desglosar los datos por años, se observa una tendencia al alza: mientras que en 2024 el 38,5% de los mensajes incorporaba odio, en 2025 esta cifra ascendió al 40,4%, lo que supone un aumento del 1,9% en apenas un año.

“Este incremento de casi dos puntos porcentuales sugiere que el odio no es un fenómeno marginal, sino un componente estable y claramente integrado en el flujo de la interacción diaria de la plataforma”, explica **Elías Said Hung**, investigador principal del grupo Hatemedia.

“En este escenario, el odio misógino se consolida como una presencia estructural y persistente en el ecosistema digital español, representando aproximadamente 1 de cada 10 mensajes hostiles asociados a este tipo de contextos. Aunque su volumen es secundario frente a la polarización política, destaca por un perfil de agresión específico: tiene un peso relativo mayor en el nivel insultante (nivel 3) que en el nivel puramente incívico. La estabilidad de estas cifras entre 2024 y 2025 evidencia una hostilidad de género normalizada que recurre al insulto directo como herramienta recurrente de descalificación en la conversación pública”, agrega Said Hung.

Tipologías y niveles de intensidad del odio

El sistema diseñado por Hatemedia emplea tres algoritmos específicos para detectar la presencia de odio, clasificar su tipo y medir su intensidad. Cuando se detecta una expresión hostil, se diferencia entre seis tipologías dominantes: político, general, sexual, xenófobo, misógino y religioso.

En el periodo de 2024, el odio general (35,2%) y el político (35,1%) lideraron la distribución. Les siguieron el odio misógino (10,4%) y el odio sexual (9,0%). En 2025, el odio político pasó a ser el más frecuente (35,1%), mientras que el general descendió al 32,7% y el misógino se situó en el 8,71%.

Pese a las variaciones porcentuales, el análisis de intensidad revela la gravedad del fenómeno contra la mujer. La metodología de UNIR clasifica la intensidad en cuatro niveles: incívico, abusivo, insultante y amenazante.

Mayor tendencia a la violencia digital

Los investigadores han detectado que el odio misógino alcanza su mayor relevancia relativa en el nivel 3 (insultante), donde representa el 14,3% de los mensajes de odio en 2024 y el 12,2% en 2025. Esta cifra supera notablemente su presencia en el nivel 1 (incívico), donde se sitúa en el 8,8% y 8,0% respectivamente, y en el nivel 2 (abusivo), con registros del 9,9% y 10,4%.

Aunque en el nivel 4 (amenazante) la incidencia es menor, los datos muestran un aumento de este tipo de hostilidad extrema, que pasa del 4,0% al 4,7% de un año a otro.

“Los datos muestran que el discurso de odio contra las mujeres representa entre el 8% y el 10% de los contenidos identificados con rasgos de hostilidad. Al observar que una minoría de noticias concentra el grueso de las respuestas agresivas, se evidencia que ciertos marcos temáticos actúan como detonantes específicos de descalificaciones personales. En estos contextos, la agresión hacia la mujer tiende a superar la barrera de la simple incivilidad para instalarse predominantemente en el insulto explícito, consolidando un patrón en el que el género se utiliza como factor de vulnerabilidad recurrente en la conversación digital”, explica el investigador de UNIR.

Odio hacia las mujeres políticas

Las mujeres vinculadas a la actividad política son con frecuencia diana de estos mensajes denigrantes, que se difunden ante la pasividad generalizada del resto de usuarios, quienes raramente intervienen o denuncian estos comportamientos en los hilos de conversación.

El estudio ‘Narrativas de odio y contranarrativas en X’, publicado en la *Revista Latina de Comunicación Social*, revela un profundo desequilibrio en los debates digitales: mientras los emisores de odio -en su mayoría hombres- logran un mayor alcance e impacto con sus mensajes, los perfiles denominados *upstanders* (aquellos que generan contranarrativas de apoyo) participan menos y tienen una visibilidad significativamente menor.

Este estudio destaca que la red social X se ha convertido en un espacio propenso para la violencia digital contra las mujeres políticas, donde predominan los insultos y las expresiones incívicas. La falta de contrapesos efectivos y la escasa presencia de discursos que confronten el odio facilitan la perpetuación de estas narrativas misóginas.

Frente a esta situación, los expertos subrayan la necesidad de implementar estrategias de moderación más activas en los espacios gestionados por los medios informativos y de fomentar una participación ciudadana que actúe como freno ante la propagación del odio digital.

Referencia bibliográfica:

<https://www.hatemedial.es/>

Said-Hung, E., & Herrero-Izquierdo, J. (2026). El odio en los medios informativos españoles. Balance del ecosistema digital (junio-noviembre 2024/2025).

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18852029>

Martín-Gutiérrez, Á., Moreno-Delgado, A., & Said-Hung, E. (2026). Narrativas de odio y contranarrativas en X. Un estudio sobre la violencia digital contra mujeres políticas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (84), 1-22. <https://doi.org/10.4185/rics-2026-2459>

SOBRE UNIR:

UNIR es una universidad que ofrece una educación superior de calidad a través de las tecnologías más innovadoras, siempre con el estudiante en el centro de su actividad. En España, imparte 55 grados, 155 másteres oficiales, 83 títulos propios y 4 programas de

doctorado que tienen como objetivo acercar una educación integral y personalizada a los más de 90.000 estudiantes que trabajan en sus aulas presenciales-virtuales desde un centenar de naciones, principalmente en España e Hispanoamérica. Su método de enseñanza, adecuado a las demandas del mercado laboral, hace de UNIR una auténtica palanca social que rompe barreras y ayuda a que cada uno, esté donde esté, cumpla sus sueños de formación y de progreso personal y profesional. UNIR pertenece al grupo educativo Proeduca, que, junto a otros centros de enseñanza superior y no reglada, atiende a más de 105.000 estudiantes.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación UNIR comunicacion@unir.net www.unir.net
Sala de prensa: <http://www.unir.net/sala-de-prensa/> Twitter: [@UNIRUniversidad](https://twitter.com/UNIRUniversidad) y [@PrensaUNIR](https://twitter.com/PrensaUNIR)

Paloma Gamarra (La Rioja) 94 121 02 11 ext. 1285 paloma.gamarra@unir.net
Sara Puerto 648 573 733 sara.puerto@unir.net
Isabel Álvarez 639 117 638 isabel.alvarezcastro@unir.net
Diego Caldentey (LATAM) 659 641 848 diego.caldentey@unir.net
José María Fillol (LATAM) 628 902 302 josemaria.fillol@unir.net
Bosco Martín (Director) bosco.martin@unir.net