

Posicionarse ante el discurso de odio: opiniones y actitudes de la población

Stances on hate speech: Population opinions and attitudes

María-Dolores Cáceres-Zapatero; Gaspar Brändle; María-Antonia Paz-Rebollo

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87263>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Cáceres-Zapatero, María-Dolores; Brändle, Gaspar; Paz-Rebollo, María-Antonia (2023). "Stances on hate speech: Population opinions and attitudes". *Profesional de la información*, v. 32, n. 4, e320410.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.10>

Artículo recibido el 26-01-2023
Aceptación definitiva: 07-06-2023



María-Dolores Cáceres-Zapatero

<https://orcid.org/0000-0002-9703-1756>

Universidad Complutense de Madrid
Unidad Departamental de Sociología:
Metodología y Teoría
Avda. Complutense, 3
28040 Madrid, España
caceres@ucm.es



Gaspar Brändle

<https://orcid.org/0000-0002-7554-3611>

Universidad de Murcia
Facultad de Economía y Empresa
Departamento de Sociología
30100 Espinardo (Murcia), España
gbrandle@um.es



María-Antonia Paz-Rebollo ✉

<https://orcid.org/0000-0002-6664-0647>

Universidad Complutense de Madrid
Departamento de Periodismo y
Comunicación Global
Avda. Complutense, 3
28040 Madrid, España
mapazreb@ucm.es

Resumen

El objetivo de esta investigación es conocer las opiniones y actitudes de la población española hacia el discurso de odio, a través de una encuesta a 1.022 sujetos de ambos sexos, mayores de 16 años. Los resultados muestran una alta sensibilización hacia el discurso de odio: los encuestados son capaces de identificar estos mensajes, de valorar sus distintas intensidades de gravedad, así como ser conscientes del daño que ocasionan. La elevada sensibilización puede deberse a que casi la mitad de la muestra se ha sentido aludida alguna vez por este tipo de mensajes. Este grupo es más proactivo en la denuncia y contraataque de los mensajes de odio, aunque lo más frecuente es mantenerse al margen. Se observa una jerarquía en las valoraciones en la que los comentarios racistas y sexistas son considerados más graves que los dirigidos a otros grupos minoritarios (por ejemplo, personas sin hogar). Entre los principales motivos por los que las personas publican estas expresiones, los encuestados señalan la formación de sus autores, en concreto, la falta de educación y de respeto que se percibe además como un aspecto generalizado en la sociedad actual. El contexto político español polarizado se considera como propicio para la aparición de estos mensajes, así como la ausencia de cultura democrática que respete la diversidad ideológica, pero lo más interesante es que, aunque existe concienciación de la gravedad de los mensajes de odio en otros ámbitos y hacia diversos colectivos, como se ha señalado, en política el discurso de odio se ha normalizado.

Palabras clave

Discurso de odio; Identificación del discurso de odio; Percepción; Opiniones; Actitudes; Encuestas; Redes sociales; Medios digitales; Polarización política; Gravedad del odio; Contraodio; España.



Abstract

This research aims to know the opinions and attitudes of the Spanish population towards hate speech through a survey of 1,022 persons of both sexes and over 16 years of age. The results show a high awareness of hate speech: participants could identify these messages, assess their different intensities of severity, and understand the harm it causes. This high awareness may be because almost half of the sample has felt alluded to by these types of messages at some point. This group is more proactive in denouncing and counterattacking hate messages, although it is more frequent to remain on the sidelines. There is a hierarchy in the ratings in which racist and sexist comments are considered more severe than those directed at other minority groups (e.g., homeless people). Among the main reasons why people publish these expressions, participants point to the education of the authors, in particular, the rudeness and disrespect that are also perceived as a generalized aspect in today's society. The polarized Spanish political context is seen as beneficial to the appearance of these messages, as well as the lack of a democratic culture that respects ideological diversity. What is most interesting is that although there is awareness of the seriousness of hate messages in other spheres and towards various groups, hate speech has become normalized in politics, as previously stated.

Keywords

Hate speech; Hate speech detection; Perception; Opinions; Attitudes; Surveys; Social media; Digital media; Political polarization; Hate severity; Anti-hate; Spain.

Financiación

Esta investigación se ha realizado dentro del proyecto de investigación PID2019-105613GB-C31, *Cartografía de los discursos de odio en España desde la Comunicación*, financiado por el *Ministerio de Ciencia e Innovación* (España), y del proyecto *Taxonomía, presencia e intensidad de las expresiones de odio en entornos digitales vinculados a los medios informativos profesionales españoles - Hatemedia* (PID2020-114584GB-I00), financiado por la *Agencia Estatal de Investigación, Ministerio de Ciencia e Innovación*, España.

1. Introducción

El objetivo de esta investigación es conocer las opiniones y actitudes de la población española respecto al discurso de odio (DO), a través de una encuesta de ámbito nacional. Estos tipos de discurso son construidos social y culturalmente, y representan un acuerdo entre las personas sobre qué mensaje es odioso y cuál no lo es (Papcunová *et al.*, 2021). No obstante, los indicadores que caracterizan estas expresiones son interpretables y cambian con el tiempo. Quiere decirse que el odio en medios de comunicación y redes sociales (RRSS) tiene una naturaleza subjetiva que varía en función del contexto, del país e incluso de cada individuo (Salminen *et al.*, 2018). Así, no existe una definición universalmente aceptada y el concepto se reelabora constantemente en los debates públicos y políticos. Tontodimamma *et al.* (2021) identifican, no obstante, los siguientes rasgos comunes en las diferentes definiciones:

- la focalización hacia un grupo o hacia un individuo como miembro de un grupo;
- la presencia de un contenido que expresa odio, hostilidad y prejuicios, causa un daño e incita a malas acciones;
- la naturaleza pública del discurso;
- el contexto que hace posible la respuesta violenta.

El odio se puede dirigir hacia los grupos que están en el poder, pero habitualmente el principal objetivo son los colectivos vulnerabilizados por motivos de raza, etnia, género, sexualidad y religión, entre otros aspectos como la discapacidad intelectual o física y las preferencias políticas. Esta tendencia se incrementa cuando las personas pertenecen a dos grupos minoritarios, como ser mujer de raza negra (Morales; Grineski; Collins, 2019), porque el odio es parte y síntoma de conflictos intergrupales y de subordinación (Schweppe; Perry, 2021). Este discurso también puede promover el odio a sistemas de creencias completos, como el Islam (Cervone; Augoustinos; Maass, 2021), pero no queda claro si alabar a un grupo que manifiesta claramente odio (neonazis, por ejemplo), se considera DO, según algunos estudios (MacAvaney *et al.*, 2019).

Generalmente el objetivo preferente de estos mensajes es conectar con afines para apoyar su causa (Hawdon; Oksanen; Raesaenen, 2017). Sin embargo, algunos autores¹ consideran que la intención no constituye un rasgo definitorio, puesto que habitualmente se publica o verbaliza independientemente de si provoca respuesta o afecta al grupo (Malecki *et al.*, 2021). Esta discrepancia se debe a que los DO presentan diversas intensidades y objetivos en su formulación: pueden estigmatizar, crear discriminación y producir daño, o simplemente hacer participar a los usuarios en el debate (March; Marrington, 2019).

Estos comentarios recurren a formas explícitas, pero también sutiles (metáforas, ironía, sarcasmo) para legitimarse. Entre estas formas, destaca el humor que se utiliza para ocultar contenidos ofensivos y traspasar las fronteras de lo prohibido. Las consecuencias de estas expresiones de odio, directas o sutiles, son muy graves puesto que reproducen prejuicios, estereotipos, jerarquías de grupo y justifican acciones violentas.

Las medidas tomadas por las plataformas online para evitar estas expresiones parten de conceptos de daño y de violencia cuestionables (**DeCook et al.**, 2022) y los sistemas de control automatizado (**Aljarah et al.**, 2020) resultan ineficaces ante algunas formas retóricas (**Udanor; Anyanwu**, 2019), además de requerir una constante actualización de términos que los usuarios modifican para sortear los controles. También la moderación de contenidos es cuestionada porque se percibe como forma de censura que limita la libertad de expresión (**Paz-Rebollo; Cáceres-Zapatero; Martín-Sánchez**, 2021), por ello la bibliografía académica confía en la iniciativa de los usuarios para oponerse a los contenidos de odio.

1.1. Percepción del discurso de odio

Los individuos intervienen ante un comentario si perciben su gravedad y si se sienten responsables de actuar (**Leonhard et al.**, 2018). Tanto las respuestas como la percepción de estas agresiones están condicionadas por la normativa existente, por los valores sociales, la tradición cultural e histórica de cada país, y las dinámicas de la opinión pública (**Udapa; Pohjonen**, 2019), pero también por las experiencias cotidianas de las personas en internet, por sus características socio-demográficas (edad, género, nivel educativo, ideología política, entre otras) y las actitudes individuales.

Algunas investigaciones se han centrado en la población joven, porque se considera el grupo de edad que pasa más tiempo online y que por tanto tiene un mayor riesgo de encontrar estos mensajes y de verse afectado por los mismos, pero los resultados no son definitivos. **Malecki et al.** (2021) concluyen, después de entrevistar al alumnado de una universidad polaca de Wrocław, que son capaces de distinguir ciberacoso, DO y *trolling*. Sin embargo, **Rad y Demeter** (2020) realizan una encuesta a adolescentes en cuatro países de diferentes niveles educativos y afirman que, aunque los jóvenes están familiarizados con el DO, les resulta difícil definirlo y comprender qué mecanismos lo desatan. Aquí se encuesta a una muestra representativa de la población general española porque cada vez son más los adultos que interactúan en las redes sociales (**INE**, 2021).

Respecto a la percepción de la gravedad de estos mensajes, la ideología se ha considerado una variable importante, pero tampoco existe consenso al respecto. Por ejemplo, en Estados Unidos los datos señalan que los conservadores consideran menos graves los DO que los demócratas (**Costello et al.**, 2019), pero el estudio de **Frischlich et al.** (2021) sobre la población alemana no encontró ninguna asociación significativa entre participación incívica e intención de voto. Como sí parece clara la relación entre radicalización política y el ascenso de los grupos de extrema derecha en la difusión de mensajes de odio tanto en España (**Paz-Rebollo; Mayagoitia-Soria; González-Aguilar**, 2021) como en otros países (**Määttä; Suomalainen; Tuomarla**, 2021).

El género determina de manera significativa la percepción del grado de ofensividad del DO: las mujeres califican los mensajes que incitan de manera directa a la violencia más ofensivos que los hombres (**Bautista-Ortuño et al.**, 2018) y el hecho de estar de acuerdo o no con una afirmación (**Wojatzki et al.**, 2018), independientemente del escenario en el que se produzca (**Czopp; Monteith**, 2003). Ahora bien, en la valoración de la gravedad también influye la pertenencia al grupo objeto de odio (**Bautista-Ortuño et al.**, 2018) y, en este sentido, hay que tener en cuenta que la población –general y jóvenes– ha estado expuesta a odio online generalmente por pertenecer a un grupo vulnerable (**Hawdon; Oksanen; Raesaenen**, 2017; **Costello et al.**, 2016).

Respecto a las respuestas que los usuarios pueden dar a estos discursos, se señalan las intervenciones directas públicas que ofrecen una contraargumentación al autor del mensaje (**Hangartner et al.**, 2021), rebatiendo sus ideas en apoyo a las víctimas. También se apuntan intervenciones indirectas, que suponen denunciar esos mensajes a los gestores de las redes sociales, evitando la confrontación con el agresor. Aunque predominan estas últimas, cabe señalar que, en general, las reacciones de los observadores suelen ser muy escasas (**Kunst et al.**, 2021) para evitar posibles repercusiones sociales (**Woodzicka et al.**, 2015).

En definitiva, el incremento de los DO en los últimos años y la continua exposición a los mismos provocan una insensibilidad generalizada y una normalización (**Soral; Bilewicz; Winiewski**, 2018), lo que constituye actualmente un reto para los investigadores sociales. La búsqueda de soluciones exige conocer qué opina la ciudadanía sobre estas prácticas. Sus opiniones y actitudes pueden ofrecer pistas para valorar las posibles acciones de intervención contra el DO y los motivos que les impulsan a actuar.

2. Objetivos y preguntas de investigación

Identificar y cuantificar el odio no es tarea sencilla por lo inabarcable de la comunicación digital, mediática y de los contextos sociales diversos en los que el odio se difunde, como se ha explicado. Por esta razón, y como se ha señalado, esta investigación persigue dos objetivos principales:

OG1: conocer las opiniones y actitudes de la población española respecto al discurso de odio.

OG2: analizar si la variable “haberse sentido en algún momento aludido por las expresiones de odio aparecidas en medios y redes sociales” influye en la percepción y sensibilidad hacia dichas expresiones.

Para abordar estos objetivos, se dará respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

P1. ¿Cuál es la percepción que las personas tienen sobre su propia capacidad para identificar expresiones de odio y cómo influyen en esa capacidad autopercebida las variables sociodemográficas?

P2. ¿En qué ámbitos percibe la ciudadanía que existe más odio, cuál ha sido su evolución en los últimos años y qué colectivos consideran más frecuentemente objeto de expresiones con odio?

P3. ¿Cuáles son los motivos que consideran que provocan tales expresiones y cuáles son las propuestas de la población general para combatirlas?

P4. ¿El haberse sentido aludido por el DO influye en las acciones que se toman para afrontarlo, en la percepción de la gravedad de esas expresiones y en la actitud que se tiene ante este fenómeno?

3. Metodología

Se ha empleado una metodología cuantitativa a partir del diseño, aplicación y análisis de una encuesta de elaboración propia, para analizar la percepción de los DO de una manera amplia. Fue diseñada por el equipo de investigación (formado por los autores de este trabajo), contrastada con los expertos de la empresa encargada de su aplicación (*Fundación iS+D*) y testada en una prueba piloto. Dicha prueba se llevó a cabo con una muestra cualitativa por conveniencia², que no formó parte de la muestra final, con el fin de detectar posibles fallos en el entendimiento y estructura general (secuencia orgánica de las preguntas y bloques). No se detectaron errores, ni sesgos, pero permitió mejorar el diseño del cuestionario, matizando mínimamente la literalidad de algunos de los ejemplos de DO utilizados, a fin de que fueran más comprensibles al leerse fuera de su contexto original. El cuestionario definitivo se estructura en 18 preguntas cerradas³, realizado online (*computer-assisted web interviewing, CAWI*) mediante correo electrónico y una duración de 10-15 minutos. Las preguntas indagan sobre:

- la capacidad que los encuestados declaran tener para identificar odio en los mensajes;
- los colectivos que consideran más proclives a recibir dichas expresiones;
- los motivos que lo provocan;
- si el DO se ha incrementado o no en los últimos cinco años.

Otro bloque de preguntas hace referencia al hecho de haberse sentido aludido en esos mensajes y cómo esa situación ha repercutido en la recepción y reacción ante los mismos. Finalmente se cuestiona sobre la percepción de la gravedad en el DO, cómo valoran la retórica empleada y qué acciones deberían emprenderse en su opinión. Los ejemplos de expresiones con odio incluidas en este cuestionario para medir la percepción que tiene la población sobre su gravedad, se han elaborado teniendo en cuenta la pirámide del odio de la *Anti-Defamation League* (2015), que clasifica distintos niveles de gravedad de los discursos de odio, y extraídos de investigaciones previas sobre presencia de odio en *TikTok*, *Twitter*, *Facebook* (**Herrero-Izquierdo et al.**, 2022) y de comentarios enviados a la prensa digital (**Bonaut; Vicent-Ibáñez; Paz-Rebollo**, 2021). Estos ítems obedecen a una gradación en la gravedad de las expresiones de odio que van desde términos despectivos e hirientes, menosprecio de características personales y vejaciones y descalificación moral e insultos, a amenazas físicas y apelaciones a la violencia y al exterminio, y que constituyen una muestra de las distintas retóricas y colectivos que son habitualmente objeto de odio en nuestro país.

3.1. Población y muestra

Se estudia a población general residente en España, mayor de 16 años, a fin de desarrollar un estudio extenso y profundo en el conocimiento de sus experiencias sobre los DO. La muestra, sociodemográficamente representativa de la población española, está compuesta por 1.022 sujetos de ambos sexos, respetando la distribución poblacional por grupos de edad. El muestreo fue calculado en el supuesto aleatorio simple, con cuotas de sexo, edad, estatus *Estudio General de Medios* (EGM)⁴ y CCAA por zona Nielsen (Cataluña y Baleares; Levante; Andalucía; Centro; Noroeste; Norte Centro; Canarias; Área Metropolitana Barcelona; Área Metropolitana Madrid). El margen de error es de $\pm 3,1\%$ con un 95% de nivel de confianza ($p=q= 50\%$). El trabajo de campo fue realizado por la *Fundación iS+D* entre el 27 y el 29 de abril 2022.

3.2. Variables

Para este trabajo se ha seleccionado una serie de variables que se midieron con el cuestionario de obtención de datos diseñado y aplicado a la muestra que formó parte de esta investigación. Dichas variables son las siguientes:

- Sexo: variable medida en 3 categorías: mujer (50,6%), hombre (48%) y otro⁵ (1,4%).
- Edad: en el cuestionario se incluyó una pregunta abierta que abordaba la edad de la población encuestada (mínimo: 16; máximo: 93; media: 48,74; desviación: 16,98). Para los análisis posteriores se realizó una recodificación de esta variable en las siguientes categorías: 16-24 (10,4%), 25-54 (51,2%), 55+ (38,5%)
- Nivel de estudios: la variable estudios se midió en 8 categorías: Sin estudios (estudios primarios sin terminar) (1,4%); Primer grado (certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años) (2,2%); Segundo grado, 1º Ciclo (Graduado escolar, o EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO -1er ciclo- hasta 14 años) (11,8%); Segundo Grado, 2º Ciclo (FP Iº y IIº, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º de ESO (2º ciclo) COU, PREU, 1º y 2º Bachillerato) (39,7%); Tercer Grado, 1º Ciclo (equivalente a ingeniero técnico, 3 años, escuelas universitarias, ingenieros técnicos, arquitecto) (14,4%); Licenciatura, Grado, 2º Ciclo (universitarios, licenciados superiores, facultades, escuelas técnicas superiores, etc.) (17,1%); Tercer grado (Máster) (11,4%); Tercer grado (Doctorado) (2%). Para los análisis posteriores se realizó una recodificación de esta variable en las siguientes categorías: Sin estudios (1,4%); Básicos (14%); Medios (39,7%) y Universitarios (44,9%)

- Clase: la variable clase⁶ tiene 7 categorías: baja+ (7,6%); baja (15,7%); media baja (12,9%); media (27,3%); media alta (12,6%); alta (15,7%); alta+ (8,2%). Para los análisis posteriores se realizó una recodificación de esta variable en las siguientes categorías: Baja (23,3%), Media (52,8%), Alta (23,9%).
- Ideología: se pidió a los encuestados que se posicionaran en una escala de autoubicación ideológica de 10 puntos, donde 1 significa extrema izquierda y 10 extrema derecha (mínimo: 1; máximo: 10; media: 4,77; desviación: 1,86). Para los análisis posteriores se realizó una recodificación de esta variable en las siguientes categorías: Derecha (27,2%), Centro (31,1%), Izquierda (41,7%).
- Capacidad autopercebida de identificar expresiones de odio: se pidió a las personas encuestadas que indicasen en qué grado creían que eran capaces de distinguir una expresión despectiva, insultante o de menosprecio hacia una persona o colectivo por su condición racial, de orientación sexual, ideología, religión, nacionalidad, etnia, etc., en medios de comunicación y redes sociales. Se midió a través de una escala tipo Likert de 5 puntos (donde: 1 = nunca y 5 = mucho) (mínimo: 1; máximo: 5; media: 4,11; desviación: 0,79).
- Sentirse aludido/a por expresiones de odio: se preguntó a la población participante en este estudio si alguna vez se había sentido identificada o aludida con alguna expresión despectiva, insultante o de menosprecio que hubiera leído o escuchado en redes sociales, medios de comunicación u otro canal. Sí (43%), No (46,8%), No lo sé / Prefiero no contestar (10,2%).
- Motivo principal por el que te sentiste aludido/a por expresiones de odio: se le consultó por el motivo principal por el que esas personas se habían sentido identificadas o aludidas con alguna expresión despectiva, insultante o de menosprecio que hubiera leído o escuchado en redes sociales, medios de comunicación u otro canal (se puede consultar la relación de motivos señalados y sus frecuencias de respuesta en el gráfico 3).
- Acciones ante el discurso de odio: se consultó a los encuestados por la frecuencia, a partir de una de una escala Likert de 5 puntos (donde: 1 = nunca y 5 = muy frecuentemente), con la que realizan algunas acciones al ver/escuchar una expresión despectiva, insultante o de menosprecio (se puede consultar la relación de ítems medidos y un resumen de las puntuaciones medias de cada ítem en la tabla 1).
- Gravedad percibida del discurso de odio: se requirió a los encuestados que se posicionasen a propósito de la intensidad de gravedad que atribuyen a 17 expresiones reales extraídas de redes sociales y comentarios enviados a prensa digital. Los ítems fueron seleccionados para representar una variedad de colectivos y de intensidades aparentes de odio: desde los apelativos despectivos hasta la referencia explícita a actos de violencia contra colectivos y personas. Se midieron en una escala tipo Likert de 5 puntos (donde: 1 = nada grave y 5 = muy grave) (se puede consultar la relación de ítems medidos y un resumen de las puntuaciones medias de cada ítem en la tabla 2).
- Actitudes hacia el discurso de odio: se pidió a las personas encuestadas que mostraran su grado de acuerdo con una serie de ítems en relación con las expresiones despectivas, insultantes o de menosprecio hacia una persona o colectivo por su condición racial, de orientación sexual, ideología, religión, nacionalidad, etnia, etc. Se midieron en una escala tipo Likert de 5 puntos (donde: 1 = nada de acuerdo y 5 = muy de acuerdo) (se puede consultar la relación de ítems medidos y un resumen de las puntuaciones medias de cada ítem en la tabla 3).

4. Análisis de los resultados

4.1. Opiniones y actitudes de la población española hacia el discurso de odio en redes sociales y medios digitales

Para medir la capacidad que la población se atribuye para identificar expresiones que contengan odio o menosprecio hacia colectivos o personas, se ha utilizado una escala tipo Likert de 5 puntos (donde 1 = nada y 5 = mucho), cuyos resultados muestran una autopercepción alta (puntuación media: 4,11). No obstante, dicha percepción varía en función de algunas características sociodemográficas (gráfico 1). Las personas con mayor nivel de estudios, clase social más elevada e ideología de izquierdas se sienten más competentes para identificar estas expresiones. No se observan diferencias significativas entre mujeres y hombres, o por grupos de edad, a diferencia de los resultados obtenidos por otros autores (Kenski; Coe; Rains, 2020).

En la actualidad internet es el espacio más importante, aunque no el único, para la difusión de DO de manera abierta y pública, en virtud de su accesibilidad y rápida difusión por el efecto multiplicador de los procesos virales que pueden convertir un comentario particular en un fenómeno de masas. En este sentido, interesa conocer en dónde se advierte una mayor presencia de expresiones con contenido de odio. La percepción generalizada (medida a partir de una escala Likert: 1 = nunca y 5 = muy frecuentemente) es que dichas expresiones son frecuentes en distintos contextos y medios, especialmente en las RRSS (puntuación media: 4,33), seguidas a cierta distancia de eventos deportivos (partidos, por ejemplo) (3,87), manifestaciones (3,79) y actos electorales (3,49). Así, los eventos masivos (lúdicos o políticos) que reúnen a iguales se señalan

Las personas con mayor nivel de estudios, clase social más elevada e ideología de izquierdas se sienten más competentes para identificar estas expresiones. No se observan diferencias significativas entre mujeres y hombres, o por grupos de edad

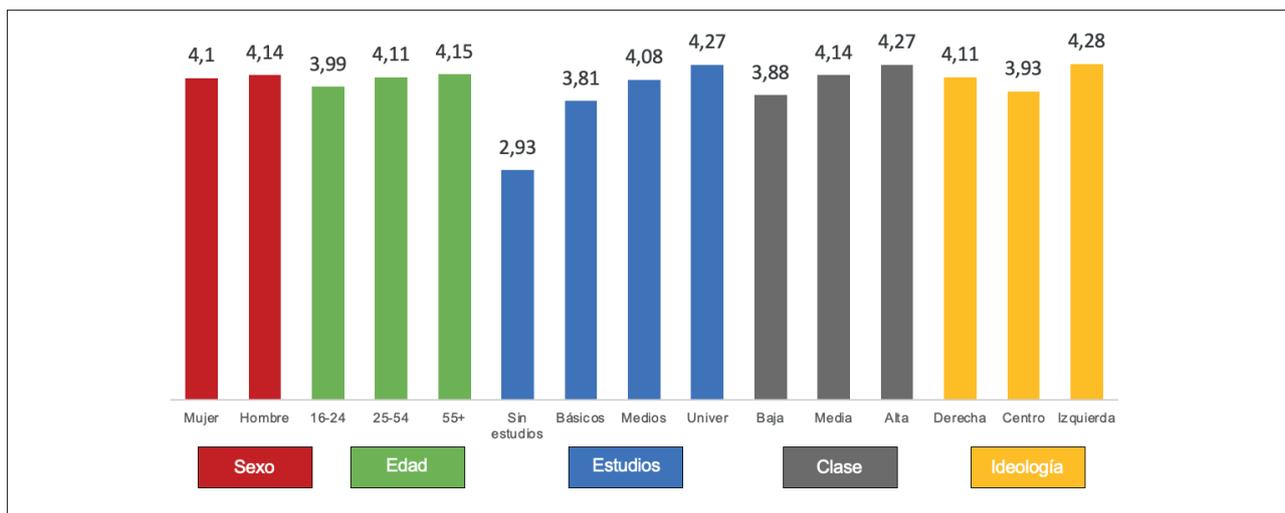


Gráfico 1. Capacidad autopercebida de identificar expresiones de odio. Diferencias según variables sociodemográficas (puntuación media).

Nota: Valor mínimo 1 y máximo 5.

Diferencia estadísticamente significativa de medias en los grupos de las variables estudios, clase e ideología (Anova Sig. F. Fisher < 0,05) y no significativa en los grupos de las variables sexo y edad (Anova Sig. F. Fisher > 0,05).

como lugares en los que las personas se atreven a manifestar abiertamente sus ideas. Mientras que en los medios tradicionales (televisión, prensa, radio) es donde menos odio se detecta (3,29).

Habida cuenta de que hay una alta presencia de odio y que se relaciona con las prácticas de difundir y compartir estas expresiones, los sujetos fueron preguntados por la frecuencia (medida a partir de una escala Likert: 1 = nunca y 5 = muy frecuentemente) con que las personas, con las que mantienen distinto grado de proximidad, realizan estas acciones. En las respuestas se detecta un cierto “efecto tercera persona”, esto es, los encuestados consideran que la gente en general (puntuación media: 3,37) comparte y difunde mucho más estas expresiones que sus conocidos (2,42), amigos (2,17) o familiares (2,03) y, por supuesto, que ellos mismos (1,76). Es decir, se da carta de naturaleza al hecho de compartir y difundir el odio en medios y RRSS, aunque probablemente por un motivo de deseabilidad social, se reconoce en mucha menor medida en uno mismo. No obstante, sí se admite que es una práctica habitual creciente: más de siete de cada diez encuestados (72,9%) respondieron que el DO ha aumentado en los últimos cinco años, incluso más de la mitad de la muestra declara que ha aumentado de manera notable y sólo en torno a uno de cada 10 encuestados que ha disminuido en distinto grado o no ha variado.

También hay coincidencia en señalar que existen colectivos y personas que son objeto de expresiones denigrantes y de odio. Los destinatarios más habituales de este tipo de expresiones que fomentan prejuicios e intolerancia, cuando no ataques directos de carácter violento, son, en su opinión (medida a partir de una escala Likert: 1 = nunca y 5 = muy frecuentemente), las personas migrantes (puntuación media: 4,28) y el colectivo LGTBIQ+ (4,25), seguidos de los actores políticos (3,99), las mujeres (3,91) y personas de etnia gitana (3,88). Los colectivos que, según su percepción, reciben con menor frecuencia comentarios de odio son las personas mayores (3,25), famosas (3,51), con determinadas creencias religiosas (3,62), con alguna discapacidad física o mental (3,65) y los sujetos sin hogar (3,71). Estas respuestas se acercan a la realidad de los hechos delictivos registrados en España, salvo en el caso del antigitanismo que presenta un porcentaje de denuncia muy reducido (*Ministerio del Interior, 2021*).

Entre los principales motivos por los que las personas publican estas expresiones, los encuestados señalan la formación de sus autores, en concreto, la falta de educación y de respeto que se percibe además como un aspecto generalizado en la sociedad actual (46,6%), pero también se menciona el contexto, tanto el de las redes sociales como el de la situación política en los que este DO se produce. Entre las características de las redes sociales, se menciona específicamente el anonimato, que desinhibe este tipo de conductas (22,2%). Respecto al país, se considera que una sociedad muy dividida, polarizada como es la española, favorece la proliferación de estos mensajes (10%). Pero también hay un grupo de población que considera los objetivos y aspectos emocionales de los autores, como hacer daño (12%) o desahogarse (3,4%). Son minoritarios los encuestados que ven en ello sólo diversión (2,3%) e, incluso, una estrategia para tener más seguidores en las RRSS (2,3%).

Entre los principales motivos por los que las personas publican estas expresiones, los encuestados señalan la formación de sus autores, en concreto, la falta de educación y de respeto que se percibe además como un aspecto generalizado en la sociedad actual (46,6%), pero también se menciona el contexto, tanto el de las redes sociales como el de la situación política en los que este DO se produce

Ante la elevada presencia y gravedad de los DO en la sociedad, los sujetos fueron invitados a posicionarse respecto a algunas propuestas que podrían llevarse a cabo para cambiar esta situación. En las respuestas obtenidas se reproduce el debate político y social existente entre los que defienden la libertad de expresión y los que entienden que las expresiones constituyen delitos, aunque no haya incitación directa a la violencia. Aquí, aunque sólo un 4,1% opina que no debería hacerse nada al res-

Las mujeres, los más jóvenes y los que se ubican más a la izquierda en la escala ideológica manifiestan en mayor grado verse aludidos en el DO, mientras que el nivel de estudios o la clase social de pertenencia no generan diferencias en este sentido

peto porque se limitaría la libertad de expresión, la mayoría se muestra indirectamente a favor de este derecho. El 53,6% apoya la educación en valores en las escuelas, siendo ésta también la solución más referida entre las no sugeridas explícitamente en el cuestionario y que se ha extraído de la categoría “otros” que fue recodificada a posteriori (“educación en el hogar”, en “valores”, “fomentar la cultura” y el “respeto”). Un 4,2% de los encuestados se posiciona a favor de actividades más generales como hacer campañas de concienciación social. Los que están a favor de limitar la libertad de expresión proponen normas internas más estrictas en las RRSS que penalicen esas prácticas (20%), por ejemplo, expulsando al autor de la red social, con sanciones a su cuenta o borrando esos mensajes y un 14,1% opina que deberían promulgarse leyes generales severas. Sorprende, sin embargo, que apenas se apunte suprimir el anonimato como vía de solución, toda vez que este es uno de los motivos citados a la hora de explicar la presencia de odio en RRSS y medios.

4.2. Identificación en las expresiones de odio como factor determinante

Entre los objetivos principales de esta investigación estaba el de analizar si el haberse sentido aludido por las expresiones de odio aparecidas en medios y redes sociales puede influir en la percepción y sensibilidad hacia dichas expresiones. Al preguntar a los encuestados por esta cuestión, el 43% de la muestra contestó que sí se había sentido aludido con alguna expresión de odio, el 46,8% contestó no y el 10,2%, no lo sé/prefiero no decirlo.

A partir de un análisis de relación de variables mediante el estadístico chi cuadrado (gráfico 2), se puede trazar un cierto perfil sociodemográfico de aquellos sujetos que, en algún momento, han sentido que esas expresiones despectivas aludían a alguna de sus características personales y/o grupales. Las mujeres, los más jóvenes y los que se ubican más a la izquierda en la escala ideológica manifiestan en mayor grado verse aludidos en el DO, mientras que el nivel de estudios o la clase social de pertenencia no generan diferencias en este sentido.

El motivo principal por el que los sujetos declaran haberse sentido aludidos en esas expresiones denigrantes es la ideología, seguida muy de cerca por el sexo y, a mayor distancia, por su aspecto físico. La identidad de género y el estatus socioeconómico son los motivos menos señalados (gráfico 3).

A la hora de conocer si existen diferencias respecto al posicionamiento, opiniones y actitudes entre aquellos que sí y los que no se han sentido aludidos por el DO, es interesante subrayar, en primer lugar, que casi uno de cada 5 encuestados reconoce que alguna vez, a menudo o, incluso, muy frecuentemente ha compartido y difundido estas expresiones, siendo más habitual entre los que sí se han sentido aludidos con expresiones de odio (24,4%) frente a los que no se han sentido aludidos (11,3%). En consecuencia, sentirse aludido por expresiones de odio aumenta la práctica de difundir dichas expresiones, sin que ello deba atribuirse a una desensibilización frente a esta cuestión. Al contrario, los datos muestran, como se verá más adelante, que en estos sujetos se desarrolla una suerte de activismo en favor de acciones que puedan sensibilizar a la población frente a los DO.

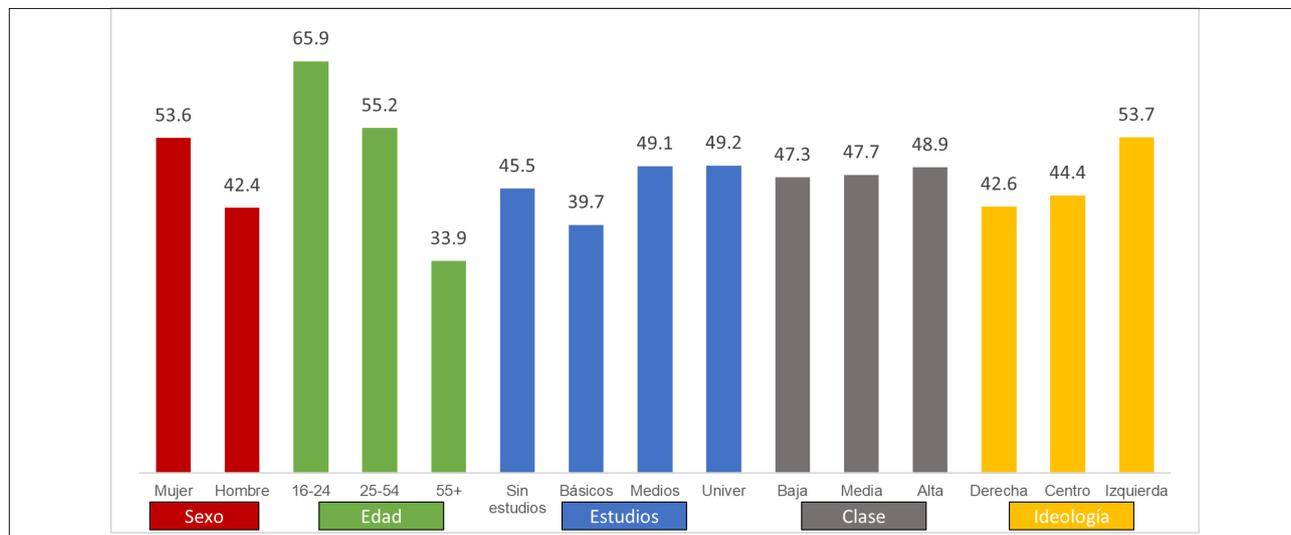


Gráfico 2. Se han sentido aludidos por expresiones de odio. Diferencias según variables sociodemográficas (porcentajes).

Nota: Asociación de variables, el resultado es estadísticamente significativo para las variables sexo, edad e ideología (chi cuadrado sig. < 0,05), y no significativa para las variables estudios y clase social (chi cuadrado sig. > 0,05).

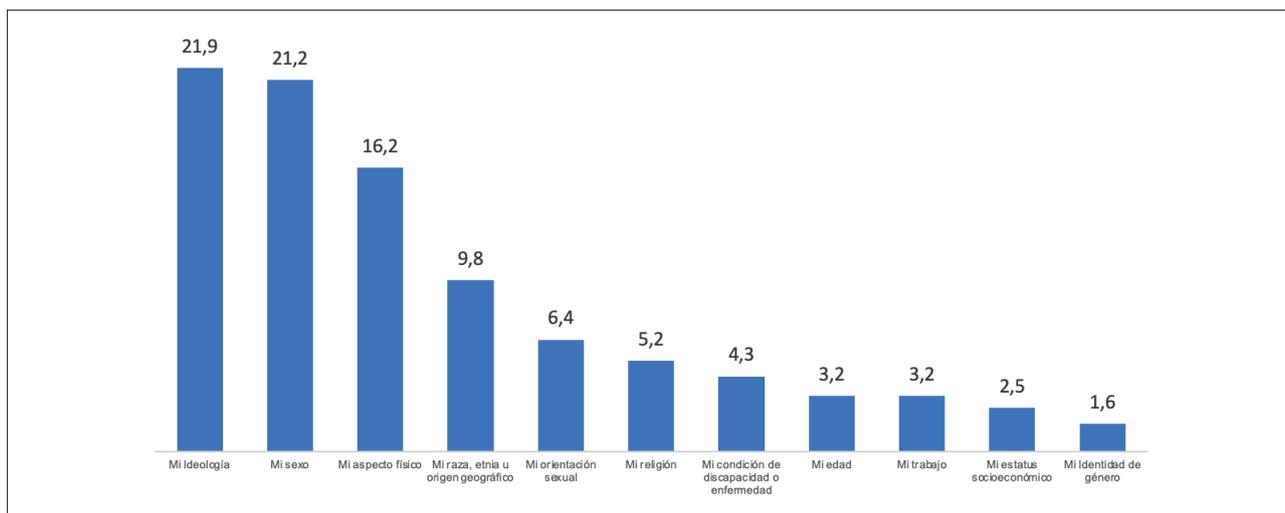


Gráfico 3. Motivo principal por el que te sentiste aludido con expresiones de odio (porcentajes)

No sólo son más activos, sino que también se constata que el hecho de haberse sentido aludido alguna vez en mensajes con odio aumenta la capacidad autopercebida para reconocer estas expresiones con una puntuación media de 4,24, frente al 4,05 entre los que no se han sentido aludidos (diferencia estadísticamente significativa de medias, Anova Sig. F. Fisher < 0,001).

Dada esta proactividad entre los sujetos que sí se han sentido aludidos en las expresiones de odio, se ha comprobado si existen diferencias significativas a propósito de cómo dichos sujetos han actuado respecto a acciones concretas, en comparación con los que no se han sentido aludidos (tabla 1). Para ello se utilizó una escala Likert de 5 puntos (donde 1 = nunca y 5 = muy frecuentemente) a partir del siguiente enunciado: ¿cómo has actuado al ver/escuchar una expresión despectiva, insultante o de menosprecio?, cuyos ítems de respuesta se han extraído de investigaciones previas (Hangartner et al., 2021; Kunst et al., 2021; Woodzicka et al., 2015, entre otras).

Tabla 1. Acciones ante el discurso de odio

	Población total		Comparación de medias entre población que se siente aludida y no aludida en el discurso de odio			
	Total (n=1022)	Sí aludida (n=439)	No aludida (n=478)	t	p	d
	M (DE)	M (DE)	M (DE)			
Prefiero mantenerme al margen para evitar conflictos	3,25 (1,21)	3,16 (1,19)	3,32 (1,26)	-1,93	0,054	-0,131
Prefiero mantenerme al margen por no saber cómo actuar en estos casos	2,91 (1,20)	2,90 (1,17)	2,92 (1,26)	-0,31	0,757	-0,016
He abandonado la red social o el medio donde vi el comentario	2,84 (1,41)	2,89 (1,41)	2,83 (1,42)	0,67	0,505	0,042
He respondido directamente a la persona que hizo el comentario	2,66 (1,16)	2,87 (1,16)	2,48 (1,15)	5,09	0,000	0,338
He denunciado al gestor de la red social, medio de comunicación, etc.	2,24 (1,28)	2,58 (1,38)	1,98 (1,14)	7,19	0,000	0,474

Nota: Valor mínimo 1 y máximo 5.

Ante la pregunta: “De manera general, ¿cómo has actuado al ver/escuchar una expresión despectiva, insultante o de menosprecio?”, los resultados evidencian que sentirse aludido en las expresiones de odio influye a la hora de mostrarse más proactivo en cuanto a las acciones a emprender para enfrentar este tipo de expresiones. Se ha encontrado significatividad estadística cuando se responde directamente a la persona que hizo el comentario ($p < 0,001$) y a la hora de denunciar estas prácticas al gestor o responsable del medio o red social ($p < 0,001$). También es marginalmente significativo ($p = 0,054$) cuando la acción es quedarse al margen para evitar conflictos, la decisión más habitual, especialmente entre aquellos que no se han sentido aludidos con esos discursos. En todos estos casos, el tamaño del efecto (d de Cohen) tiene una magnitud entre pequeña y moderada.

Una dimensión importante con relación a los DO es la percepción del nivel de gravedad que la población tiene respecto a ellos. Con tal fin, los encuestados fueron invitados a pronunciarse a propósito de la intensidad de gravedad que atribuyen a 17 ítems ($\alpha = 0,93$), medidos en una escala tipo Likert de 5 puntos (donde 1 = nada grave y 5 = muy grave). Como se ha señalado en el apartado metodológico, los ítems fueron seleccionados para representar una variedad de colectivos

y de intensidades aparentes de odio: desde los apelativos despectivos hasta la referencia explícita a actos de violencia contra colectivos y personas (tabla 2).

Tabla 2. Valoración de la gravedad de distintas expresiones

	Población total		Comparación de medias entre población que se siente aludida y no aludida en el discurso de odio			
	Total (n=1.022)	Sí aludida (n=439)	No aludida (n=478)	t	p	d
	M (DE)	M (DE)	M (DE)			
¿Sabes cómo matar a 24 niños africanos al mismo tiempo? Tirando una granada y diciendo "manzana"	4,71 (0,73)	4,79 (0,65)	4,65 (0,79)	2,98	0,003	0,193
Yo a los inmigrantes les pondría como "voluntarios obligatorios" en la prueba de nuevos fármacos y tratamientos. Ya que tenemos que mantener despojos, que hagan algo de provecho	4,65 (0,74)	4,76 (0,62)	4,59 (0,79)	3,56	0,000	0,239
El problema de los poblados chabolistas se podría solucionar con dinamita	4,61 (0,76)	4,70 (0,71)	4,58 (0,76)	2,48	0,013	0,163
Menuda guarra, zorra, subnormal y gilipollas	4,50 (0,84)	4,62 (0,72)	4,43 (0,89)	3,57	0,000	0,235
Me han salido unos padres bujarras, una hija promiscua, una mujer estúpida (pero con tetorras) y otro hijo que no conozco	4,48 (0,84)	4,66 (0,68)	4,35 (0,91)	5,84	0,000	0,386
La solución para los okupas: encerrarlos por fuera y prenderle fuego si de todas formas vas a terminar reformando las viviendas	4,45 (0,94)	4,59 (0,86)	4,38 (0,95)	3,39	0,001	0,237
Sean sinceras zorras, todas en el fondo quieren un africano	4,42 (0,92)	4,52 (0,85)	4,37 (0,96)	2,56	0,011	0,165
Las bolleras no están bien de la cabeza	4,34 (0,95)	4,51 (0,82)	4,23 (1,03)	4,49	0,000	0,301
Los moros son terroristas	4,29 (0,95)	4,47 (0,83)	4,16 (1,03)	4,99	0,000	0,331
Los maricones están desatados hoy en día	4,23 (1,04)	4,44 (0,90)	4,09 (1,13)	5,23	0,000	0,343
Todos los mongolos españolitos de banderita y puro para ti, menudos despojos humanos	4,20 (0,97)	4,25 (0,97)	4,19 (0,98)	0,94	0,348	0,062
¿Cuándo vamos a deportar a los inmigrantes islámicos y africanos?	4,16 (1,06)	4,31 (1,02)	4,05 (1,10)	3,77	0,000	0,245
Votar izquierda es votar a etarras y comunistas	3,84 (1,22)	4,01 (1,15)	3,76 (1,28)	3,16	0,002	0,205
El barrio está lleno de panchitos	3,76 (1,10)	3,95 (1,05)	3,65 (1,14)	4,24	0,000	0,274
Su compañera de bancada en el congreso asiente como el perro de juguete en la bandeja de un coche	3,70 (1,19)	3,78 (1,17)	3,64 (1,23)	1,70	0,090	0,117
Creo que los derechos de los españoles deberían ir antes que los de los extranjeros	3,36 (1,34)	3,55 (1,32)	3,21 (1,36)	3,77	0,000	0,254
Un viejo derechón (de derechas) hablando derechadas	3,33 (1,21)	3,29 (1,23)	3,37 (1,23)	-1,02	0,308	-0,065

Nota: Valor mínimo 1 y máximo 5.

En general, existe un alto grado de conciencia y sensibilidad respecto a los DO, percibiéndose un nivel de gravedad alto en todas estas expresiones, especialmente entre quienes sí se han sentido aludidos. En este sentido, se encuentran diferencias estadísticamente significativas entre los que se han sentido aludidos y los que no, en 14 de los 17 ítems, pudiéndose considerar la magnitud del tamaño del efecto (d de Cohen) entre pequeña y moderada en todos los ítems. Se consideran como muy graves, sobre todo las expresiones referidas a las personas migrantes, aunque como se ha visto, ser migrante no es el principal motivo por el que las personas se sienten aludidas en los DO. Sin embargo, se perciben como menos graves las alusiones de carácter político, tanto entre los sujetos que se han sentido aludidos en expresiones de odio, como entre los que no.

Se consideran como muy graves, sobre todo las expresiones referidas a las personas migrantes, aunque como se ha visto, ser migrante no es el principal motivo por el que las personas se sienten aludidas en los DO. Sin embargo, se perciben como menos graves las alusiones de carácter político, tanto entre los sujetos que se han sentido aludidos en expresiones de odio, como entre los que no

Parece observarse, por tanto, una mayor sensibilidad hacia las cuestiones sociales (discriminación en función del género, inmigración, segregación social) que hacia el ámbito político y sus actores, aunque, como se ha visto, este es el principal motivo por el que más de la quinta parte (21,9%) se ha reconocido en las expresiones de odio. Se detecta una percepción más ambivalente cuando se trata de cotejar los derechos de los nacionales respecto de los migrantes. En coherencia con la racionalidad mostrada por las personas respecto a su percepción de las expresiones de odio, se observa una mayor sensibilidad hacia las expresiones más violentas que son contempladas como más graves, frente a los apelativos despectivos (“panchitos”, “derechón”) que se contemplan como expresiones de menor gravedad, salvo en el caso de los insultos por motivos de género.

Por último, se advierten actitudes muy desfavorables hacia las expresiones de odio (tabla 3). En especial, hay un acuerdo mayoritario (medido a partir de una escala Likert: 1 = nada de acuerdo y 5 = muy de acuerdo) respecto a que dichas expresiones hacen daño a las personas a quienes se dirigen y también que se deberían denunciar estas conductas. En ambos casos, estas actitudes son más severas entre los sujetos que sí se han sentido aludidos en las expresiones de odio, con medias más altas y estadísticamente significativas ($p < 0,001$) y con un tamaño del efecto (d de Cohen) entre pequeño y moderado. Mientras que hay un menor grado de acuerdo hacia el hecho de que esas expresiones son un reflejo de las distintas opiniones que hay en la sociedad y que ese lenguaje es normal en las RRSS.

No se trata de una actitud conformista, sino que estas respuestas deben relacionarse con el respeto manifestado a la libertad de expresión, ya comentado, y que se corrobora porque, en estos dos casos, no hay diferencias significativas ($p > 0,05$) entre aquellos sujetos que se han sentido aludidos en las expresiones de odio y los que no. Por otro lado, se observa una actitud menos definida hacia el hecho de creer que la mayoría de esas expresiones son realmente manifestaciones de odio como se suele afirmar, siendo mayoritaria dicha creencia entre los sujetos que declaran no haberse sentido aludidos alguna vez en las expresiones de odio ($p < 0,001$). Quizá pueda ser debido a que el odio se presenta con distintas retóricas en medios, RRSS y entornos públicos (metáforas, sarcasmo, frases hilarantes) que pueden contribuir o no a banalizar estos discursos. En todo caso, los datos obtenidos muestran que el humor o ironía en estas expresiones no mitiga su carácter despectivo, aunque entre los que no se han sentido aludidos parece haber más acuerdo (mayor media y significativamente diferente: $p < 0,05$) en el hecho de que esas expresiones pueden ser graciosas.

Tabla 3. Actitudes hacia el discurso de odio

	Población total		Comparación de medias entre población que se siente aludida y no aludida en el discurso de odio			
	Total (n=1022)	Sí aludida (n=439)	No aludida (n=478)	t	p	d
	M (DE)	M (DE)	M (DE)			
Esas expresiones hacen daño a las personas a las que se dirigen	4,32 (0,93)	4,50 (0,81)	4,23 (0,98)	4,57	0,000	0,300
Se deberían denunciar esas conductas	4,14 (0,99)	4,32 (0,89)	4,02 (1,03)	4,71	0,000	0,312
Esas expresiones son un reflejo de las distintas opiniones que hay en la sociedad	3,18 (1,13)	3,15 (1,18)	3,23 (1,09)	-0,95	0,343	-0,068
En las redes sociales ese lenguaje es lo normal	2,93 (1,18)	3,02 (1,28)	2,90 (1,15)	1,53	0,125	0,099
No creo que la mayoría de esas expresiones sean odio como se dice	2,24 (1,08)	2,04 (1,04)	2,40 (1,11)	-4,98	0,000	-0,335
Algunas de esas expresiones son muy graciosas	1,76 (0,97)	1,64 (0,83)	1,81 (1,05)	-2,85	0,004	-0,180

Nota: Valor mínimo 1 y máximo 5.

5. Discusión y conclusiones

Esta investigación aporta datos de la población española en general, escasos en la bibliografía científica sobre DO, en la que abundan los trabajos sectoriales con jóvenes (Kansok-Dusche et al., 2022) o sólo frente a determinados tópicos (Matamoros-Fernández; Farkas, 2021). También presenta como novedad el sentirse aludido en las expresiones de odio como factor discriminante de la percepción que tiene el sujeto de estas prácticas.

Respecto a la P1, los datos muestran que hay una clara conciencia en que el DO es un problema social creciente, a diferencia de otros trabajos (Soral; Bilewicz; Winiewski, 2018). Los resultados son coherentes con los publicados por Hopkins y Washington (2020) que lejos de ver la normalización en los prejuicios comprueban el reforzamiento de las normas igualitarias, aunque en su estudio se limitan a las relacionadas con la raza. La elevada capacidad que la población se autoatribuye para identificar expresiones de odio puede estar relacionada con algunas iniciativas a nivel nacional e internacional para luchar contra este fenómeno (Recomendación de la UE 2018/334 de la Comisión Europea, El código de conducta de la Unión Europea para la lucha contra la incitación ilegal al odio en internet, entre otras), con resulta-

dos positivos (Comisión Europea, 2020) e igualmente a la permeabilidad cultural en las generaciones universitarias, puesto que la sensibilidad hacia este tema se inició precisamente en los campus de todo el mundo. Por esta razón, las respuestas ponen de manifiesto la importancia de las características socioeconómicas, culturales y de ideología política de los encuestados, frente a la reducida relevancia de la variable edad (en contradicción con lo aportado por Schmid; Kümpel; Rieger, 2022) y sexo.

Respecto a la P2 los resultados señalan las redes sociales como el principal entorno de difusión y, aunque también están presentes los medios tradicionales (Sambaraju; McVittie, 2020), llama la atención el valor que se concede a los eventos masivos como sitios de odio. Al igual que en las redes sociales, estos actos favorecen el anonimato y el encuentro con personas afines. Precisamente los políticos aparecen como uno de los colectivos más frecuentemente mencionados en los mensajes de odio y la ideología como una de las causas de sentirse aludido. Sin duda, la polarización política generada por el enfrentamiento entre un gobierno de izquierdas (PSOE y Unidas Podemos) y el avance de la extrema derecha (Vox) incide en estas expresiones, pero se reconoce su gravedad al margen de a quién se dirijan. Esta percepción no resulta mitigada en general por el tono humorístico, aunque se detecta una postura más neutra hacia el hecho de que no todos los sujetos encuestados suscriban que esas expresiones son portadoras de odio.

Respecto a las medidas de control de estos discursos en redes sociales y medios, planteada en la P3, la población encuestada descarta mayoritariamente las restricciones legales que pueden conculcar el derecho a la libertad de expresión y se incide en la adopción de medidas positivas que ataquen las causas de los DO, en concreto a través de la educación, como ya se ha apuntado (Frischlich et al., 2021). Estas recomendaciones podrían deberse al hecho de que aquellos que tienen un nivel educativo más alto, expresan una autopercepción más elevada de los DO. También es posible que la población considere que buena parte de los autores de estos mensajes son jóvenes y por ello entre las medidas más respaldadas esté la educación en la escuela o en el hogar.

Esta alta sensibilidad hacia los DO en medios y RRSS, aunque es generalizada y determinada en parte por las variables socioeconómicas y culturales, puede explicarse parcialmente por el hecho de que casi la mitad de la población encuestada se ha sentido aludida directamente en alguna ocasión con estas expresiones (P4). A diferencia de otras encuestas en las que los hombres y los adultos más jóvenes se sienten más atacados (Pacheco; Melhuish, 2018), en este estudio se evidencia que, en España, son las mujeres, los más jóvenes y los que ideológicamente se sitúan en la izquierda política los que se consideran más aludidos por estos mensajes.

Sentirse aludido hace que las personas sean más proactivas denunciando los hechos al gestor de la Red o medio y contestando directamente a las personas que hacen los comentarios con odio. El hecho de que estos sujetos declaren que alguna vez o frecuentemente han compartido estos mensajes muestra que lejos de inhibir su presencia en RRSS y medios, se manifiestan o asumen un discurso *upstander* como contranarrativa para combatirlo. No obstante, es frecuente optar por quedarse al margen de esas situaciones para rehuir conflictos por los costes sociales que implica el enfrentamiento. Sin duda se hace necesario profundizar en esta cuestión a fin de aportar matices para una mayor comprensión de los datos y discriminar en que situaciones o qué variables de los sujetos determinan la proactividad en uno u otro sentido.

Se detecta igualmente una alta dosis de racionalidad en la percepción de gravedad que se tiene de las expresiones de odio, puesto que las personas no parecen dejarse llevar por reacciones emocionales (ej. haberse sentido aludido) a la hora de hacer sus valoraciones. Por ejemplo, el principal motivo de identificación con las expresiones denigrantes y de menosprecio es la ideología política, pero sin embargo no son esas expresiones las que se contemplan con mayor rigor. Al margen de esta racionalización generalizada, se observa una cierta jerarquía respecto a los colectivos denigrados. Woo-dzicka et al. (2015) apuntan que los chistes y declaraciones racistas se consideran más ofensivos que los sexistas. Aquí se comprueba que los mensajes racistas y sexistas se identificaron como muy graves, en especial los segundos posiblemente por las campañas contra la violencia de género, realizadas por los medios de comunicación y las políticas de igualdad emprendidas por el gobierno de izquierdas en el poder. No obstante, no se reconocen en la misma medida las expresiones contra personas sin hogar y el colectivo okupa, en consonancia con lo aportado por Burch (2018) sobre las personas con discapacidad. También se muestra la vinculación de la política con el DO en las respuestas obtenidas. El contexto político español polarizado se considera como propicio para la aparición de estos mensajes, así como la falta de cultura democrática que respete la diversidad ideológica, pero lo más interesante es que, aunque existe concienciación de la gravedad del DO en otros ámbitos y hacia diversos colectivos, como se ha señalado, en la política el DO se ha normalizado.

En este trabajo se presentan datos generales a propósito de opiniones y actitudes ante los DO que resultan esperanzadores por la concienciación mostrada ante el problema, pero sin duda, esta no es igual en todas las personas. Entre las limitaciones del estudio cabe señalar, de manera genérica, la posible debilidad de la encuesta como método para

Se comprueba que los mensajes racistas y sexistas se identificaron como muy graves, en especial los segundos posiblemente por las campañas contra la violencia de género, realizadas por los medios de comunicación y las políticas de igualdad emprendidas por el gobierno de izquierdas en el poder. No obstante, no se reconocen en la misma medida las expresiones contra personas sin hogar y el colectivo okupa

analizar percepciones y actitudes de los ciudadanos, debido a sesgos como la deseabilidad social; y, de manera concreta, la ausencia de un contexto que puede modificar los resultados puesto que se ha confrontado a los encuestados con expresiones aisladas.

En futuras investigaciones se hace necesario seguir avanzando y profundizar en las características del odio que se manifiesta en RRSS y otros contextos en relación con los perfiles de usuarios, a fin de conocer variables (edad, orientación ideológica, colectivo de pertenencia, etc.) que pueden contribuir a normalizar/reproducir los DO, y completar estos resultados aplicando otras metodologías (entrevistas en profundidad, por ejemplo). Por otra parte, resultaría interesante analizar específicamente las actitudes de la ciudadanía ante mensajes políticos e ideológicos de carácter incívico y odioso. Finalmente, las investigaciones deben aportar directrices concretas y ejemplos prácticos que permitan evaluar el impacto y la eficacia de las estrategias de intervención educativa en las aulas para contrarrestar estos mensajes y lograr la concienciación pública crítica que evite normalizar algunos discursos radicales sobre colectivos vulnerables y favorezca el diálogo intercultural, la tolerancia a la diversidad y el desarrollo de un pensamiento crítico.

El contexto político español polarizado se considera como propicio para la aparición de estos mensajes, así como la falta de cultura democrática que respete la diversidad ideológica, pero lo más interesante es que, aunque existe concienciación de la gravedad del DO en otros ámbitos y hacia diversos colectivos, como se ha señalado, en la política el DO se ha normalizado

6. Notas

1. Se utiliza la mayoría de las veces el masculino inclusivo para designar ambos sexos por economía de lenguaje y para no hacer premiosa la lectura del texto.
2. Formada por 9 personas que atendían a los siguientes perfiles:
 - 2 mujeres, 20 a 25 años, estudios universitarios, en activo;
 - 2 hombres, 30 a 35 años, estudios universitarios, en activo;
 - 1 mujer, 30 a 35 años, FP superior, en activo;
 - 1 hombre, 30 a 35 años, ESO, en activo;
 - 1 mujer, 60 a 65 años, estudios universitarios, jubilada;
 - 1 mujer, 60 a 65 años, sin estudios, dedicada a las labores del hogar;
 - 1 hombre, 60 a 65 años, sin estudios, jubilado.
3. Puede consultarse el cuestionario completo utilizado en este estudio en **Cáceres-Zapatero; Brändle y Paz-Rebollo (2023)**:
<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22656601.v2>
4. La empresa a la que se subcontrató el trabajo de campo de esta investigación utiliza un panel de personas en el que una de las cuotas que se fijó para la selección final de la muestra fue que se cumpliera con la clasificación socioeconómica o estatus fijado por el *EGM*, que divide a la población en 7 grupos en función de una serie de indicadores (nivel de estudios y profesión del sustentador principal, actividad del sustentador principal, tamaño del hogar y número de individuos con ingresos en el hogar). La distribución final de esta variable (denominada “Clase” en nuestro estudio) puede consultarse en la sección 3.2. del texto.
5. Por claridad interpretativa se descartó la categoría “otro” de la variable “Sexo” para los análisis efectuados, dada su prácticamente inapreciable frecuencia de respuesta dentro del cuestionario.
6. Esta variable no se midió directamente en el cuestionario, se trata de datos que provienen del panel utilizado por la empresa encargada del trabajo de campo.

7. Referencias

- Aljarah, Ibrahim; Habib, Maria; Hijazi, Neveen; Faris, Hossam; Qaddoura, Raneem; Hammo, Bassam; Abushariah, Mohammad; Alfawareh, Mohammad** (2020). “Intelligent detection of hate speech in Arabic social network: a machine learning approach”. *Journal of information science*, v. 47, n. 4, pp. 483-501.
<https://doi.org/10.1177/0165551520917651>
- Anti-Defamation League* (2015).
<https://www.adl.org/resources/tools-and-strategies/piramide-del-odio>
- Bautista-Ortuño, Rebeca; Castro-Toledo, Francisco-Javier; Perea-García, Juan O.; Rodríguez-Gómez, Nuria** (2018). “May I offend you? An experimental study on perceived offensiveness in online violent communication and hate speech”. *International e-journal of criminal sciences*, n. 12.
<https://ojs.ehu.es/index.php/inecs/article/view/19932>

- Bonaut, Joseba; Vicent-Ibáñez, Mireya; Paz-Rebollo, María-Antonia** (2023). "Sports journalists and readers: journalism and user incivility". *Journalism practice*, Online first.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2222730>
- Burch, Leah** (2018). "'You are a parasite on the productive classes': online disablist hate speech in austere times". *Disability & society*, v. 33, n. 3, pp. 392-415.
<https://doi.org/10.1080/09687599.2017.1411250>
- Cáceres-Zapatero, María-Dolores; Brändle, Gaspar; Paz-Rebollo, María-Antonia** (2023). *Hate speech survey* (Version 2).
<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22656601.v2>
- Cervone, Carmen; Augoustinos, Martha; Maass, Anne** (2021). "The language of derogation and hate: functions, consequences, and reappropriation". *Journal of language and social psychology*, v. 40, n. 1, pp. 80-101.
<https://doi.org/10.1177/0261927X20967394>
- Comisión Europea (2020). *El código de conducta de la UE para la lucha contra la incitación ilegal del odio en internet sigue dando resultados*.
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_20_1134
- Costello, Matthew; Hawdon, James; Bernatzky, Colin; Mendes, Kelly** (2019). "Social group identity and perceptions of online hate". *Sociological inquiry*, v. 89, n. 3, pp. 427-452.
<https://doi.org/10.1111/soin.12274>
- Costello, Matthew; Hawdon, James; Ratliff, Thomas; Grantham, Tyler** (2016). "Who views online extremism? Individual attributes leading to exposure". *Computers in human behavior*, v. 63, pp. 311-320.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.033>
- Czopp, Alexander M.; Monteith, Margo J.** (2003). "Confronting prejudice (literally): reactions to confrontations of racial and gender bias". *Personality and social psychology bulletin*, v. 29, n. 4, pp. 532-544.
<https://doi.org/10.1177/0146167202250923>
- DeCook, Julia R.; Cotter, Kelley; Kanthawala, Shaheen; Foyle, Kali** (2022). "Safe from 'harm': the governance of violence by platforms". *Policy and internet*, v. 14, n. 1, pp. 63-78.
<https://doi.org/10.1002/poi3.290>
- Frischlich, Lena; Schatto-Eckrodt, Tim; Boberg, Svenja; Wintterlin, Florian** (2021). "Roots of incivility: how personality, media use, and online experiences shape uncivil participation". *Media and communication*, v. 9, n. 1, pp. 195-208.
<https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3360>
- Hangartner, Dominik; Gennaro, Gloria; Alasiri, Sary; Donnay, Karsten** (2021). "Empathy-based counterspeech can reduce racist hate speech in a social media field experiment". *Pnas*, v. 118, n. 50, e2116310118.
<https://doi.org/10.1073/pnas.2116310118>
- Hawdon, James; Oksanen, Atte; Raesaenen, Pekka** (2017). "Exposure to online hate in four nations: a cross-national consideration". *Deviant behavior*, v. 38, n. 3, pp. 254-266.
<https://doi.org/10.1080/01639625.2016.1196985>
- Herrero-Izquierdo, Jacobo; Reguero-Sanz, Itziar; Berdón-Prieto, Pablo; Martín-Jiménez, Virginia** (2022). "La estrategia de odio: polarización y enfrentamiento partidista en Twitter durante las elecciones a la Asamblea de Madrid de 2021". *Prisma social*, n. 39, pp. 183-212.
<https://revistaprismasocial.es/article/view/4829>
- Hopkins, Daniel J.; Washington, Samantha** (2020). "The rise of Trump, the fall of prejudice? Tracking white Americans' racial attitudes via a panel survey, 2008-2018". *Public opinion quarterly*, v. 84, n. 1, pp. 119-140.
<https://doi.org/10.1093/poq/nfaa004>
- INE (2021). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*.
https://www.ine.es/prensa/tich_2021.pdf
- Kansok-Dusche, Julia; Ballaschk, Cindy; Krause, Norman; Zeißig, Anke; Seemann-Herz, Lianne; Wachs, Sebastian; Bilz, Ludwig** (2022). "A systematic review on hate speech among children and adolescents: definitions, prevalence, and overlap with related phenomena". *Trauma, violence, & abuse*, Online first.
<https://doi.org/10.1177/15248380221108070>
- Kenski, Kate; Coe, Kevin; Rains, Stephen A.** (2020). "Perceptions of uncivil discourse online: an examination of types and predictors". *Communication research*, v. 47, n. 6, pp. 795-814.
<https://doi.org/10.1177/0093650217699933>

- Kunst, Marlene; Porten-Cheé, Pablo; Emmer, Martin; Eilders, Cristiane** (2021). "Do 'Good Citizens' fight hate speech online? Effects of solidarity citizenship norms on user responses to hate comments". *Journal of information technology & politics*, v. 18, n. 3, pp. 258-273.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1871149>
- Leonhard, Larissa; Rueß, Christina; Obermaier, Magdalena; Reinemann, Carstein** (2018). "Perceiving threat and feeling responsible. How severity of hate speech, number of bystanders, and prior reactions of others affect bystander's intention to counterargue against hate speech on Facebook". *Studies in communication and media*, v. 4, pp. 555-579.
<https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-4-555>
- Määttä, Simo K.; Suomalainen, Karita; Tuomarla, Ulla** (2021). "Everyday discourse as a space of citizenship: the linguistic construction of in-groups and out-groups in online discussion boards". *Citizenship studies*, v. 25, n. 6, pp. 773-790.
<https://doi.org/10.1080/13621025.2021.1968715>
- MacAvaney, Sean; Yao, Hao-Ren; Yang, Eugene; Russell, Katina; Goharian, Nazli; Frieder, Ophir** (2019). "Hate speech detection: challenges and solutions". *PLoS one*, v. 14, n. 8, e0221152.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221152>
- Malecki, Wojciech P.; Kowal, Marta; Dobrowolska, Malgorzata; Sorokowski, Piotr** (2021). "Defining online hating and online haters". *Frontiers in psychology*, v. 12, 744614.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.744614>
- March, Evita; Marrington, Jessica** (2019). "A qualitative analysis of internet trolling". *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, v. 22, n. 3, pp. 192-197.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0210>
- Matamoros-Fernández, Ariadna; Farkas, Johan** (2021). "Racism, hate speech, and social media: a systematic review and critique". *Television & new media*, v. 22, n. 2, pp. 205-224.
<https://doi.org/10.1177/1527476420982230>
- Ministerio del Interior (2021). *Informe de la evolución de los delitos de odio*.
<https://shorturl.at/yzNZ9>
- Morales, Danielle X.; Grineski, Sara E.; Collins, Timothy W.** (2019). "School bullying, body size, and gender: an intersectionality approach to understanding US children's bullying victimization". *British journal of sociology of education*, v. 40, n. 8, pp. 1121-1137.
<https://doi.org/10.1080/01425692.2019.1646115>
- Pacheco, Edgar; Melhuish, Neil** (2018). "Online hate speech: a survey on personal experiences and exposure among adult New Zealanders". SSRN.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3272148>
- Papcunová, Jana; Martoncik, Marcel; Fedáková, Denisa; Kentoš, Michal; Bozogánová, Miroslava; Srba, Ivan; Moro, Robert; Pikuliak, Matúš; Šimko, Marián; Adamkovič, Matúš** (2021). "Hate speech operationalization: a preliminary examination of hate speech indicators and their structure". *Complex & intelligent systems*, October.
<https://doi.org/10.1007/s40747-021-00561-0>
- Paz-Rebollo, María-Antonia; Cáceres-Zapatero, María-Dolores; Martín-Sánchez, Isabel** (2021). "Suscripción a la prensa digital como contención a los discursos de odio". *Profesional de la información*, v. 30, n. 6.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.13>
- Paz-Rebollo, María-Antonia; Mayagoitia-Soria, Ana; González-Aguilar, Juan-Manuel** (2021). "From polarization to hate: portrait of the Spanish political meme". *Social media + society*, v. 7, n. 4.
<https://doi.org/10.1177/20563051211062920>
- Paz-Rebollo, María-Antonia; Montero-Díaz, Julio; Moreno-Delgado, Alicia** (2020). "Hate speech: a systematized review". *Sage open*, v. 10, n. 4.
<https://doi.org/10.1177/2158244020973022>
- Rad, Dana; Demeter, Edgar** (2020). "A moderated mediation effect of online time spent on internet content awareness, perceived online hate speech and helping attitudes disposal of bystanders". *Postmodern openings*, v. 11, n. 2 (Supl 1), pp. 107-124.
<https://doi.org/10.18662/po/11.2Sup1/182>
- Salminen, Joni; Veronesi, Fabio; Almereki, Hind; Jung, Soon-Gvo; Jansen, Bernard J.** (2018). "Online hate interpretation varies by country, but more by individual: a statistical analysis using crowdsourced ratings". In: *Fifth international conference on social networks analysis. Management and security (Snams)*, pp. 88-94.
<https://doi.org/10.1109/SNAMS.2018.8554954>

- Sambaraju, Rahul; McVittie, Chris** (2020). "Examining abuse in online media". *Social and personality psychology compass*, v. 14, n. 3.
<https://doi.org/10.1111/spc3.12521>
- Schmid, Ursula-Kristin; Kümpel, Ann-Sophie; Rieger, Diana** (2022). "How social media users perceive different forms of online hate speech: A qualitative multi-method study". *New media & society*, Online first.
<https://doi.org/10.1177/14614448221091185>
- Schweppe, Jennifer; Perry, Barbara** (2021). "A continuum of hate: delimiting the field of hate studies". *Crime, law and social change*, v. 77, pp. 503-528.
<https://doi.org/10.1007/s10611-021-09978-7>
- Soral, Wiktor; Bilewicz, Michal; Winiewski, Mikolaj** (2018). "Exposure to hate speech increases prejudice through desensitization". *Aggressive behavior*, v. 44, n. 2, pp. 136-146.
<https://doi.org/10.1002/ab.21737>
- Tontodimamma, Alice; Nissi, Eugenia; Sarra, Annalina; Fontanella, Lara** (2021). "Thirty years of research into hate speech: topics of interest and their evolution". *Scientometrics*, v. 126, pp. 157-179.
<https://doi.org/10.1007/s11192-020-03737-6>
- Udanor, Collins; Anyanwu, Chinatu C.** (2019). "Combating the challenges of social media hate speech in a polarized society: a Twitter ego lexalytics approach". *Data technologies and applications*, v. 53, n. 4, pp. 501-527.
<https://doi.org/10.1108/DTA-01-2019-0007>
- Udupa, Sahana; Pohjonen, Matti** (2019). "Extreme speech and global digital cultures. Introduction". *International journal of communication*, v. 13, pp. 3049-3067.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9102>
- Wojatzki, Michael; Horsmann, Tobías; Gold, Darina; Zesch, Torsten** (2018). "Do women perceive hate differently: examining the relationship between hate speech, gender, and agreement judgments". In: *Proceedings of the 14th conference on natural language processing (Konvens)*, pp. 110-120.
https://www.oeaw.ac.at/fileadmin/subsites/academiaecorpora/PDF/konvens18_13.pdf
- Woodzicka, Julie A.; Mallett, Robyn K.; Hendricks, Shelbi; Pruitt, Astrid V.** (2015). "It's just a (sexist) joke: comparing reactions to sexist versus racist communications". *International journal of humor research*, v. 28, n. 2, pp. 289-309.
<https://doi.org/10.1515/humor-2015-0025>

Give visibility to your work by depositing it in e-LIS, the largest international repository on library & information science, and communication

<http://eprints.rclis.org>