

Términos de referencia
para la elaboración de
Elaboración de una encuesta y explotación de los datos para estudio de
investigación sobre discursos de odio, con especial foco en mensajes misóginos,
que afectan a la infancia y la adolescencia en el entorno digital

I. Objeto de la consultoría

El objeto de la presente consultoría es la elaboración de un análisis cuantitativo sobre la percepción y el impacto en la infancia y la adolescencia de los discursos de odio y mensajes misóginos que se propagan en el entorno digital. Este análisis se realizará a partir de datos obtenidos mediante la realización de una encuesta a niños y niñas de entre 12 y 17 años en centros educativos de España. A través de la encuesta se obtendrán datos diferenciados por género, y se incluirán variables que permitan un análisis interseccional del impacto de este fenómeno.

La elaboración de la encuesta y el estudio tendrá en cuenta la información cualitativa recopilada en el monográfico sobre discursos de odio que afectan a la infancia y la adolescencia en el entorno digital.

II. Contexto, antecedentes y justificación

En el actual contexto en el que las redes sociales se han convertido en una de las principales fuentes de información para la infancia y la adolescencia, la exposición a la desinformación y a los discursos de odio constituye un fenómeno creciente de preocupación. Si bien Internet ha democratizado el acceso a la información, también ha favorecido la proliferación de contenidos erróneos, sesgados o perjudiciales, que contribuyen a la reproducción de estereotipos y la normalización de narrativas discriminatorias, que afectan de forma específica a determinados grupos. El análisis de cómo se originan, difunden y legitiman mensajes de odio a través de la desinformación es clave para comprender su impacto en los valores y comportamientos entre la infancia y la juventud.

Detectamos las necesidades de esta investigación a partir de un diagnóstico inicial realizado en investigaciones anteriores de Save the Children, así como mediante la identificación de estudios y evidencias a nivel internacional que apuntan hacia este preocupante fenómeno. Así, los resultados de las investigaciones realizadas en 2024¹ que abordaban el uso de las tecnologías y el entorno digital por parte de niños, niñas y adolescentes, mostraban cómo los propios adolescentes reconocían estar expuestos a contenidos en redes que promueven el odio y estereotipos género. Además, se analizaba el impacto de estos discursos en los chicos y las chicas, apuntando a que los chicos son más vulnerables a discursos que niegan la violencia de género y otros movimientos sociales amenazantes para la masculinidad hegemónica. Las chicas, en cambio, son mayormente objeto de estos discursos, recibiendo mensajes agresivos y ofensivos, lo que convierte el entorno digital en un espacio más hostil para ellas. Además, ellas se ven más afectadas por la exposición constante a representaciones idealizadas de vida y estándares de belleza en las redes sociales, lo cual puede repercutir negativamente en su salud mental. Los y las adolescentes del colectivo LGTBIQ+ también son objeto de estos discursos y mensajes de odio. Por ello, incorporar la perspectiva interseccional en el análisis de este fenómeno resulta clave, analizando cómo estos discursos se cruzan con otras formas de

discriminación y estereotipos, como los basados en la orientación sexual, identidad de género, o las características u orígenes étnicos.

En cuanto al papel central de las redes sociales en la configuración de las percepciones de la adolescencia, los datos muestran cómo estas influyen en el modo en el que los chicos y chicas acceden e interpretan la información que circula en internet: un 60 % de los y las adolescentes utiliza las redes sociales como su principal fuente de información, y un 16 % confía siempre en los contenidos que publican los creadores y creadoras, apreciándose también diferencias en cuanto al género a la hora de confiar en estas fuentes. Al mismo tiempo, respecto a la alfabetización mediática, preocupa que un 12 % no sabe identificar noticias falsas y un 24 % no verifica la información sospechosa.

Este tipo de contenidos, muchas veces viralizados por creadores de contenidos o figuras de influencia (*influencers* o "manfluencers") y amplificados por los algoritmos de las plataformas, puede favorecer procesos de radicalización y aumentar el riesgo de ejercer violencia contra las chicas. La polarización de actitudes y la reproducción de estos discursos desde edades tempranas se está convirtiendo en una tendencia preocupante, que ha empezado a estudiarse en países como Australia², y que requiere atención urgente desde un enfoque preventivo y de igualdad de género. En este sentido, en nuestro contexto nacional, preocupa el incremento de delitos de odio entre menores de edad. Según datos del Ministerio del Interior, en 2024 se registraron 252 denuncias por delitos e incidentes de odio contra menores de edad en España, de las cuales 59 tenían como motivo la discriminación por razón de sexo/género y 66 orientación sexual e identidad de género. Los chicos representan la mayoría de los investigados y detenidos por este tipo de delitos, 79,45%.³

Por otro lado, se ha comenzado a señalar hacia el posible papel de la inteligencia artificial y, en particular, de los sistemas algorítmicos de recomendación en estos procesos de generación e influencia de narrativas cada vez más extremas. Estos sistemas, basados en patrones de aprendizaje automático, recomiendan contenidos en base a las interacciones y búsquedas previas, llevando de este modo a la personalización de contenidos para cada usuario. Este proceso puede generar burbujas informativas y favorecer la exposición continuada a contenidos radicales, como sexistas o misóginos, especialmente entre chicos jóvenes. En este sentido, investigaciones recientes han documentado cómo plataformas como YouTube Shorts y TikTok recomiendan en pocos minutos contenido de la "manosfera"⁴, que es como se denomina a la red de comunidades de hombres en línea que se oponen al empoderamiento de las mujeres y promueven creencias sexistas, fomentando el resentimiento, o incluso el odio, hacia las mujeres y las niñas.

Respecto a la manosfera, cabe citar también el reciente informe del Center for Countering Digital Hate (CCDH), que ha evidenciado que estos espacios están cargados de odio extremo hacia las mujeres, racismo, glorificación de la violencia y discursos relacionados con la pedofilia. En este estudio, España aparece como el noveno país con más visitas a estos foros (2,3% del total), lo que evidencia la necesidad de analizar este fenómeno más en profundidad en nuestro contexto nacional.⁵

En el ecosistema digital actual han emergido también comunidades y espacios en los que se difunden discursos y narrativas que cuestionan el valor de las normas sociales, rechazan los principios y valores y propagan una visión nihilista de la realidad, en la que se trivializa el impacto de la violencia y la discriminación. Estas comunidades nihilistas digitales actúan como entornos de socialización digital en los que se normaliza la deshumanización, el

desprecio hacia determinados colectivos y la banalización de la violencia simbólica. Comprender cómo funcionan estas comunidades, de qué modo influyen en la infancia y la adolescencia y cómo se conectan con discursos de odio, espacios y narrativas misóginas y procesos de radicalización hacia conductas y actitudes cada vez más extremistas y violentas resulta imprescindible para avanzar en la comprensión de los riesgos emergentes en el entorno digital y para diseñar estrategias de prevención y protección eficaces y adaptadas a la infancia y la adolescencia.

III. Objetivos de la consultoría

Objetivo general: Realizar un estudio cuantitativo a través de una encuesta sobre el impacto en la infancia y la adolescencia de los discursos de odio y mensajes misóginos que se propagan en el entorno digital, en el contexto nacional, obteniendo datos que permitan medir de forma diferenciada por género la exposición a estos contenidos, la percepción que tienen niños, niñas y adolescentes respecto a los mismos, la prevalencia de estos mensajes en el entorno digital y el impacto de los mismos sobre sus creencias, actitudes y conductas, en base al género y desde un enfoque interseccional.

Objetivos específicos:

OE1: Cuantificar la exposición de niños, niñas y adolescentes a discursos y mensajes machistas o misóginos. Conocer la opinión que la población encuestada tiene sobre la prevalencia de estos riesgos.

OE2: Conocer la exposición de la infancia y la adolescencia a contenidos relacionados con la manosfera y las comunidades de incels, y medir su conocimiento y percepción sobre estas comunidades en entornos digitales.

OE3: Establecer en qué medida niños y niñas asumen y reproducen discursos y creencias relacionadas con el odio o la discriminación a las mujeres, asumen posturas o creencias radicalizadas y normalizan formas de violencia relacionadas con estos discursos. Ello incluye cuantificar tanto la reproducción de mensajes y conductas discriminatorias como la asunción de actitudes en base a las expectativas de género que promueven estos mensajes.

OE4: Identificar las principales fuentes y plataformas de exposición y difusión a estos mensajes en la infancia y la adolescencia, así como las figuras de referencia cuyos discursos afectan a niños, niñas y adolescentes en relación con estos contenidos.

OE5: Comprobar la posible relación entre la exposición a contenidos perjudiciales (discursos de odio, mensajes y contenidos misóginos, comunidades manosfera, contenidos pornográficos, etc.) y la adopción de creencias y actitudes radicalizadas o violencias en relación al género.

El diseño de la encuesta y el análisis de los datos obtenidos deberán realizarse desde una perspectiva de derechos de la infancia y la adolescencia que permita obtener información desagregada y con análisis de género para todas las variables y realizar cruces de variables para un análisis interseccional. La encuesta incluirá un ítem de respuesta libre que permita el análisis lingüístico de los mensajes y expresiones utilizadas por los niños, niñas y adolescentes participantes, con el fin de comprender cómo perciben y comunican sus

experiencias, actitudes y percepciones y cómo reproducen las narrativas a las que están expuestos.

IV. Productos

El estudio cuantitativo incluirá como producto una propuesta de encuesta dirigida a niños, niñas y adolescentes de 12 a 17 años, centrada en la percepción y el impacto en la infancia y la adolescencia de los discursos de odio y mensajes misóginos que se propagan en el entorno digital en el contexto nacional, con resultados representativos a nivel estatal. Esta propuesta abarcará el diseño de la investigación cuantitativa y la elaboración del cuestionario para la encuesta.

El producto final que se plantea es un informe que explote y analice los resultados cuantitativos obtenidos a través de la encuesta realizada a niños, niñas y adolescentes. El estudio incluirá tablas y gráficas con los resultados principales y cruces significativos, acompañadas de un análisis explicativo de los datos obtenidos. Además, se proporcionarán las tablas con los datos brutos recopilados de la encuesta, que podrán ser utilizados por Save the Children para análisis y estudios posteriores.

Los documentos deberán ser enviados a las personas de referencia de SCE, que harán comentarios, propuestas de modificación o bien validarán el informe. El servicio se considerará concluido cuando cuente con la validación final de las personas de referencia de SCE.

Asimismo, una vez entregado el documento final, el experto/a estará disponible durante el mes siguiente para asistir a posibles presentaciones o reuniones relativas al informe para las que se requiera su conocimiento técnico concreto.

V. Presupuesto

Cada oferta realizará una propuesta de presupuesto, con todos los impuestos incluidos, para la realización de este servicio. **El presupuesto máximo no podrá exceder los 12.000 euros.**

Valoración de las propuestas

Las ofertas recibidas por debajo del presupuesto máximo se valorarán de acuerdo con los siguientes criterios:

- Comprensión y adecuación de la oferta a lo solicitado en TdR. Hasta 30 puntos.
- CVs consultores, incluida experiencia previa acreditada en trabajos similares. Hasta 30 puntos.
- Formación en género y/o experiencia previa en trabajos que incluyan investigación aplicada en enfoque de género. Hasta 20 puntos.
- Oferta económica. Hasta 20 puntos.

VI. Condiciones

Aquellos expertos o expertas, empresas o instituciones con los que se desarrolle este trabajo establecerán una relación contractual con Save the Children en la que se fijarán el precio del servicio y los plazos de entrega. **El plazo máximo de entrega del documento**

final es el 15 de junio de 2026, siendo necesaria una reunión intermedia de seguimiento entre la formalización del encargo y la entrega final.

Para ello, es requisito indispensable tener capacidad para emitir facturas con todos los impuestos incluidos, previa presentación de la declaración censal (modelo 036), IAE o registro fiscal.

Las especificaciones finales de pago se verán reflejadas en el contrato firmado entre ambas partes.

VII. Envío de propuestas

Aquellos expertos o expertas, empresas o instituciones interesados en presentar una oferta para este servicio de consultoría, deberán presentar i) el currículum del equipo consultor principal, señalando los trabajos anteriores relevantes para esta oferta y demostración de la experiencia o conocimiento del ámbito específico ii) una propuesta técnica y iii) una propuesta económica. El plazo para el envío de ofertas finaliza el **8 de enero de 2026 a las 17:00 horas**. Las ofertas deberán ser remitidas a clara.burriel@savethechildren.org y helenamaria.garcia@savethechildren.org.