Annali - sezione romanza (2022) LXIV, 1 © Università di Napoli L'Orientale – ISSN 0547-2121

Serena Mottola
Università di Urbino "Carlo Bo"
serena.mottola@uniurb.it

BULOS SOBRE MUJERES. CONTENIDOS, LÉXICO Y MULTIMODALIDAD DE LAS NOTICIAS FALSEADAS (Y DE ODIO) CONTRA LAS MUJERES

Resumen. Si es verdad que las noticias falsas afectan a todos los miembros de una sociedad, aun si indirectamente, hay una distinción relevante en términos de género. Está demostrado que las *fake news* sobre mujeres, sobre todo mujeres que desempeñan un papel público, son más frecuentes con respecto a los contenidos falseados sobre hombres.

Según estas premisas, la pregunta de investigación es la siguiente: ¿cuáles son las estrategias adoptadas por los usuarios que crean estos contenidos?

Sobre la base de un corpus de bulos y contenidos desinformativos sobre mujeres, identificadas por los grupos de verificación españoles Maldita.es y Newtral, en este trabajo proponemos un análisis de las características estructurales y terminológicas de *fake news* en español sobre mujeres. El objetivo es identificar los elementos típicos de la desinformación sobre mujeres. Se verá cómo la representación de las mujeres en textos desinformativos y engañosos se construye presentando informaciones sobre la vida privada de la mujer y difamándola y cómo este tipo de desinformación está estrictamente conectado con otro fenómeno que se desarrolla en las redes sociales, el *online hate speech*.

Otro objetivo de la investigación es aportar una contribución al ámbito de estudios sobre las varias formas de discriminación que las mujeres siguen sufriendo.

Para llevar a cabo el análisis adoptamos una metodología combinada entre en los Estudios Críticos del Discurso en los Social Media (KhosraviNik, 2017) y el Análisis del Discurso basado en Corpus (Baker, 2006).

Palabras clave: Bulos, noticias falsas, discursos de odio, mujeres, redes sociales

Abstract. If it is true that fake news affects all the members of a society, even if indirectly, there is a great disequilibrium in terms of gender. It has been demonstrated that fake news about women, especially women who play a public role, are much more than those about men.

Following these premises, the research question is the following: Which are the strategies adopted by users who create these contents?

Based on a corpus of hoaxes and misleading contents about women, identified by the Spanish verification groups Maldita.es and Newtral, in this paper we propose an analysis of the structural and terminological characteristics of fake news in Spanish about women. The objective is to identify the typical elements of disinformation about women. It will be shown how the representation of women in ambiguous and misleading texts is constructed presenting information about women's private lives and defaming them, and how this type of disinformation is strictly connected with another phenomenon that develops in social networks, the online hate speech.

Further objective of the research is to contribute to the field of studies on the various forms of discrimination that women suffer nowadays.

To carry out the analysis, a combined methodology between Social Media Critical Discourse Studies (KhosraviNik, 2017) and Corpus-based Discourse Analysis (Baker, 2006) is adopted.

Keywords: Hoaxes, fake news, hate speech, women, social media

1. Introducción: entre violencia y desinformación online

La desinformación que se difunde en la web representa una de las mayores amenazas de nuestros tiempos para la democracia, los derechos humanos y la ciencia[1]. En la actualidad, organizaciones gobernativas, así como grupos de investigación y periodísticos en todo el mundo, trabajan para limitar la circulación de *fake news*, bulos y noticias falseadas en las plataformas digitales y para informar a los usuarios de los riesgos relacionados con contenidos desinformativos[2]. De hecho, si por un lado es fundamental frenar la circulación de las noticias falsas, por otro las medidas adoptadas por los *social media* y los gobiernos no servirán para nada si los usuarios no estarán conscientes de los peligros que derivan de una mala información.

En este contexto se coloca el relevante trabajo de los grupos de *fact-checking*: grupos constituidos por periodistas y profesionales cuya actividad consiste en la verificación de los hechos. Se trata de una práctica que considera no solamente textos escritos, sino también entrevistas y contenidos multimediales. El periodismo de verificación se puede actuar tanto en noticias encontradas en la web como en la prensa en papel, pero como veremos, por la cantidad de informaciones e historias que circulan en las redes sociales y la falta de control sobre los usuarios que las publican, con respecto a los medios tradicionales, estas representan el lugar donde se necesita más atención y en el cual se fija el trabajo de muchos *fact-checkers*.

Para ayudar a los usuarios en la difícil tarea de informarse en el *mare magnum* de noticias que recibimos cada día, en los últimos años se ha

[1] M. Blázquez-Ochando, *El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas*, en "XV Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación", Ciudad de México, 2018.

[2] C. Wardle, H. Derakhshan, *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Council of Europe, Strasbourg, 2017.

desarrollado una rica investigación sobre las diferentes tipologías de noticias falseadas. Estas clasificaciones consideran todos los elementos – imágenes, hashtags, léxico, puntuación – que contribuyen en el acto de manipular a los usuarios para que se crean a la historia que se quiere difundir y son fundamentales para entender la complejidad del fenómeno[3]. En este trabajo nos fijaremos en lo específico en los bulos, definidos como noticias falseadas difundidas en páginas web o en plataformas digitales con la intención de hacer daño a alguien. En el análisis veremos el papel fundamental de las imágenes en los contenidos manipulados y cómo el mismo funcionamiento de lugares virtuales como Facebook o Twitter constituye el lugar perfecto para su circulación.

Otro tema estrictamente conectado con la circulación de bulos en la web es el fenómeno del *online hate speech*, que se define como el uso de un lenguaje agresivo, violento y discriminatorio frente a grupos de personas que comparten precisas características en términos de preferencias políticas, creencias religiosas, orientación sexual o género[4]. A pesar de que se trate de mensajes virtuales, el odio y las amenazas que se reciben en las plataformas digitales tienen que considerarse con la misma seriedad con la cual se habla de molestias y peligros de este tipo en el mundo real, en primer lugar, porque un acto comunicativo expresado a través de un medio digital puede tener consecuencias muy concretas para el destinatario; en segundo lugar, porque muchas veces los mensajes violentos que se reciben en la red anticipan una intención real. La cuestión está tan difundida y los episodios son tan frecuentes que las mismas plataformas digitales han empleado herramientas para ayudar a los usuarios que son víctimas de amenazas e insultos. En el ámbito de los estudios sobre la comunicación en la web, los análisis de casos de violencia online han crecido significativamente en los últimos años y juegan un papel importante para comprender la evolución de

[3] E. C. Tandoc Jr., Z. W. Lim, R. Ling, *Defining "Fake news"*, en "Digital Journalism", 6(2), 2017, pp. 137-153.

[4] S. A. Castaño-Pulgarín, N. Suárez-Betancur, L. M. Tilano Vega, H. M. Herrera López, *Internet, social media and online hate speech. Systematic review*, en "Aggression and Violent Behavior", 2021, pp. 1359-1789;

H. Watanabe, M. Bouazizi, T. Ohtsuki, *Hate speech on twitter: A pragmatic approach to collect hateful and offensive expressions and perform hate speech detection*, en "IEEE Access", 6, 2018, pp. 13825-13835.

nuestra manera de interactuar, sobre todo en los casos de comunicaciones que afectan negativamente a una parte de la población.

Los fenómenos de la desinformación en las redes sociales y del *online hate speech*, además del canal a través del cual se difunden los mensajes, comparten la característica de dirigirse a o de hablar de – en muchos casos – grupos minoritarios de usuarios, personas que trabajan en un sector específico o ámbitos de la actualidad y de interés general. Hablando de *fake news*, por ejemplo, en estos años de pandemia ha sido preocupante la cantidad de noticias falsas sobre la covid-19 y las vacunas que circuló en las plataformas digitales, tanto que la Organización Mundial de la Salud (OMS) habla de "infodemia" para referirse a la cantidad de información no controlada que recibimos cada día y la define como otra pandemia que se ha desarrollado y sigue desarrollándose en paralelo con el coronavirus[5]. El tema de la salud se inserta en aquel conjunto de asuntos sobre los que las emociones desempeñan un papel muy importante e influyen en nuestra percepción del mensaje, aun si se trata de discursos de profesionales o personas instruidas[6]. En este grupo de temas que son más que otros sujetos de bulos y de expresiones de odio en la web encontramos también las personas migrantes, los personajes políticos y las mujeres.

Está demostrado que las mujeres, con respecto a los hombres, reciben más mensajes violentos y molestias online[7]. El fenómeno es aún más evidente en el caso de mujeres que desempeñan un papel público, como las mujeres políticas, sobre las cuales tanto en los medios de información tradicionales como en los *social media* se encuentran muchas noticias sobre su vida privada. La misma forma de discriminación

[5] R. Galarza-Molina, C. Muñiz, *La creencia en fake news y su rol en elacatamiento de medidas contra COVID-19 en México*, en "Universitas-XXI. Revista de Ciencias Humanas y Sociales, 35", 2021, pp. 19-38.

[6] L. Alba-Juez, J. Lachlan Mackenzie, *Emotion, lies, and "bullshit" in journalistic discourse: The case of fake news*, en "Ibérica, 38", 2019, pp. 17-50;

T. K. Sell, D. Hosangadi, M. Trotochaud, *Misinformation and the US Ebola communication crisis: analyzing the*

veracity and content of social media messages related to a fear-inducing infectious disease outbreak, en "BMC Public Health, 20", 2020.

[7] M. KhosraviNik, E. Esposito, *Online hate, digital discourse and critique: exploring digitally-mediated discursive practices of gender-based hostility*, en "Lodz Papers in Pragmatics, 14.1", 2018, pp. 45-68; I. Torres García, *Violencia contra las mujeres en la política. Investigación en partidos políticos de Honduras*, Instituto Nacional Demócrata (NDI), 2017.

basada en el género se revela analizando los contenidos que se hacen pasar por noticias en los cuales se difunde información falsa sobre mujeres, especialmente, mujeres que se exponen por la causa feminista y/o que están en la política[8]. Además, algunos estudios desarrollados en América Latina y Europa han revelado que entre los usuarios de las plataformas digitales las mujeres perciben con más preocupación el problema de la desinformación[9].

Basándonos en los datos que evidencian una mayor vulnerabilidad de las mujeres con respecto a la desinformación, y con el objetivo de llegar a un mayor conocimiento del fenómeno, por un lado, y a una limitación de estos contenidos, la pregunta de investigación es la siguiente: ¿Cuáles son las estrategias comunicativas que adoptan los autores de *fake news* sobre mujeres en lengua española?

En este trabajo analizamos un corpus de noticias falsas sobre mujeres detectadas por grupos españoles de *fact-checking*. El análisis incluye todos los elementos que contribuyen en la construcción de la noticia falseada: texto, imágenes, videos e incluso rasgos de la cuenta que comparte el contenido en su perfil, con un enfoque combinado entre el Análisis basado en Corpus y los Estudios Críticos del Discurso en los Social Media.

2. El periodismo de verificación

La actividad de verificar las declaraciones de políticos y personajes públicos no es nada nuevo. Lo que sí es nuevo es la carga de trabajo de los y las periodistas que se dedican a esta actividad. La razón se encuentra en el cambio de relación entre lectores y profesionales de la información: si antes había una distinción muy clara entre los dos papeles, con la difusión de los *social media* se ha perdido esta percepción. Cualquier

[8] B. Stabile, A. Grant, H. Purohit, K. Harris, *Sex, Lies, and Stereotypes: Gendered Implications of Fake News for Women in Politics*, en "Public Integrity", 2019, pp. 1-12.

[9] J. Rodríguez-Virgili, J. Serrano-Puche, C. B. Fernández, *Digital Disinformation and Preventive Actions: Perceptions of Users from Argentina, Chile, and Spain*, en "Media and Communication", vol. 9:1, 2021, pp. 323-337;

C. A. Reuter, K. Hartwig, J. Kirchner, N. Schlegel, *Fake news perception in Germany: A representative study of people's attitudes and approaches to counteract disinformation*, en V. Pipek & T. Ludwig (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Wirtschaftsinformatik*, Siegen: Ais, 2019, pp. 1069-1083.

usuario, a través de su cuenta personal, puede contar historias y hechos como si fueran noticias, las cuales pueden llegar a miles de personas en todo el mundo en un tiempo muy reducido y afectar sus opiniones. Se ha perdido la idea de la confiabilidad de la persona que nos informa de algo, la cual antes estaba representada solamente por periodistas y expertos de un preciso ámbito y ahora puede ser cualquiera que tenga un perfil de Twitter, Facebook, Reddit o de una de las varias plataformas.

La actividad de *fact-checking* es hoy en día un instrumento fundamental para combatir la desinformación y educar a los usuarios sobre un uso atento y crítico de los medios que tiene a su disposición. El trabajo de los verificadores de hechos se desarrolla según parámetros comunes, los cuales están regulados por el *International Fact-Checking Network*[10]. Actualmente en el grupo oficial de verificadores se encuentran 92 equipos, 4 de los cuales trabajan en España. Si consideramos que existen 8 grupos oficiales de *fact-checking* solamente en los Estados Unidos y 12 en India, países en los cuales el problema de la desinformación ha tenido consecuencias muy graves para la población, mientras que en todos los países de América Latina hay solamente 8 equipos de verificadores, es fácil entender cómo varía geográficamente la percepción del fenómeno. De hecho, a pesar de la atención de la comunidad internacional y las solicitudes a los gobiernos nacionales para que adopten medidas adecuadas, no todos los países están interesados en controlar el fenómeno. Hay también contextos en los cuales el trabajo de los y las periodistas, y sobre todo de los y las quienes se dedican a este asunto, está desacreditado por los mismos políticos que gobiernan. Es precisamente en esas condiciones que la actividad de *fact-checking* es aún más urgente y significativa.

3. Descripción del corpus

Con respecto a los grupos de verificación españoles, en este trabajo nos fijamos en la actividad desarrollada por Newtral y Maldita.es – Periodismo para que no te la cuelen, los cuales dedican una sección separada de sus páginas web a los bulos sobre mujeres. En lo específico, el 8 de marzo de 2021, en ocasión del Día de la Mujer, los investigadores de Maldita.es publicaron un listado de "60 datos falsos, trolls, "noticias de humor" que

[10] Página web del International Fact-Checking Network: https://www.poynter.org/ifcn/

se viralizan como reales, historias que nunca ocurrieron o frases que no han dicho nuestros políticos[11]" y que tienen que ver con la maternidad, el feminismo, las propuestas de políticas españolas y la violencia de género. De manera semejante, utilizamos 10 artículos del grupo de verificación Newtral sobre noticias falsas con respecto al feminismo y a la actividad de las políticas[12]. Todos los elementos del análisis están en español castellano.

Los contenidos analizados incluyen tuits, posts en las plataformas digitales, imágenes con texto, artículos de periódicos y discursos pronunciados en situaciones públicas. La metodología adoptada para la verificación de las noticias se puede encontrar en las páginas web de los dos grupos de *fact-checking*.

En muchos casos los posts originales se habían eliminado por los mismos autores o por las plataformas, las cuales, como ya se ha dicho en la introducción de este trabajo, están adoptando medidas para combatir la desinformación en la web[13]. Para el análisis de estos contenidos nos referimos a los *screenshots* hechos y publicados por los grupos de verificación.

4. Marco teórico

Como se anticipaba en la introducción del trabajo, para desarrollar este análisis de *fake news* sobre mujeres hemos adoptado el marco teórico que pueda permitirnos considerar las peculiaridades de las comunicaciones que se desarrollan en las plataformas digitales. Según la perspectiva de los Estudios Críticos del Discurso en los Social Media (*Social Media Critical Discourse Studies - SM-CDS*), los *social media* constituyen no solamente el lugar virtual para comunicar, sino un nuevo paradigma de interacción y expresión con reglas diferentes con respecto a la comunicación en los medios tradicionales o cara a cara[14].

De hecho, la dinámica de participación que existe en plataformas como Facebook, Twitter y muchas más influye directamente en el tipo de comu-

[11] Página web de bulos sobre mujeres desmentidos por Maldita.es: https://maldita.es/malditobulo/20210308/50-bulos-mujeres-feminismo-violencia-machista-8m/

[12] Página web de la sección "Feminismo" de Newtral: https://www.newtral.es/topic/feminismo/

[13] M. Alonso González, *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la Información*, en "Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n. 45", 2019.

[14] M. KhosraviNik, *Social media critical discourse studies (SM-CDS)*, en J. Flowerdew y J. Richardson (Eds.), *Handbook of Critical Discourse Analysis*, London: Routledge, 2017, pp. 582-596.

nicación que se esarrolla, ya que un contenido se publica en función de las reacciones y de los comentarios que va a generar. Esto significa que el mismo significado del post considerado se encuentra no solamente en el texto o la imagen que se ha publicado, sino también en los elementos añadidos por otras personas, las que en los medios de comunicación tradicional serían únicamente lectores. Por esta razón, en los Estudios Críticos del Discurso en los Social Media para el análisis del discurso se toman en cuenta también elementos que pertenecen al ámbito de análisis multimodal – aun si en un sentido del término no tradicional, según el cual la multimodalidad de un texto se encontraba en imágenes y videos[15], como *tags*, *hashtags*, *hyperlinks*, "me gusta" y comentarios recibidos.

Además, el aporte de los Estudios Críticos del Discurso en este análisis es fundamental para entender la dinámica de las redes sociales de discriminación y autoridad. Como se sabe, la perspectiva crítica pone en relación conocimiento, discurso y poder para desentrañar los abusos y las violaciones de normas comportamentales entre miembros de la misma sociedad. En las plataformas digitales estas normas básicas se violan cada día por grupos de usuarios, llegando así a las formas de violencias presentadas en la introducción de este trabajo. La perspectiva crítica nos sirve, entonces, para investigar los discursos que se producen en los *social media* tomando en cuenta el desequilibrio y las normas comportamentales alternativas que se encuentran a menudo en los lugares virtuales.

Con respecto a la parte más cuantitativa y de construcción del objeto del análisis, consideramos el marco teórico del Análisis del Discurso basado en Corpus (*Corpus-based Discourse Analysis*)[16]. La investigación del discurso que se apoya en corpus pone la atención en el conjunto de los elementos considerados, los cuales comparten características en términos de tipología textual, lengua y canal de transmisión. La combinación entre un análisis del discurso *per se* y un enfoque más cuantitativo nos permite ampliar nuestra perspectiva, considerando los discursos en la base de datos estadísticos, e incluir elementos que podrían resultar menos evidentes en un análisis separado de los distintos elementos.

[15] G. Kress, T. van Leeuwen, *Reading images: The grammar of visual design*, London: Routledge, 2006.

[16] P. Baker, Using Corpora in Discourse Analysis, London & New York: Continuum, 2006.

5. Análisis de contenidos y lexical

Las mujeres que desempeñan papeles públicos tienen más probabilidades que los hombres de sufrir una falta de respeto por su vida privada y de ser evaluadas en su ocupación por el solo hecho de ser mujeres, en ámbitos que no tienen nada que ver con el trabajo[17]. Muchos ejemplos de esta discriminación de género nos llegan del ámbito político[18]. Esto se refleja también en las *fake news* sobre mujeres, las cuales muchas veces están construidas en la base de estereotipos de género y con el objetivo de desacreditar al feminismo[19].

La característica común de los bulos analizados, desde una perspectiva temática, es la intención de desacreditar a las mujeres con historias que describen actitudes crueles, egoístas y peligrosas por su parte. Según el análisis temático desarrollado se pueden individuar tres categorías principales de bulos sobre mujeres[20]:

1. Bulos sobre madres o hechos relacionados con la maternidad;
2. Bulos sobre hombres que sufren violencia o discriminación por mujeres;
3. Bulos sobre el feminismo o las acciones de colectivos feministas.

En el primer grupo encontramos 10 de las 70 noticias falseadas del corpus. Se trata de historias en las cuales se presentan a niños y niñas que

[17] R. Quevedo Redondo, S. Berrocal Gonzalo, *Frames, estereotipos y mujeres políticas*, en "Más Poder Local, n. 36", 2018, pp. 32-36;

Y. G. Beltrán Miranda, *¡El género importa! La cobertura mediática de las y los candidatos en el Distrito Federal en el proceso electoral 2014-2015*, en F. Freidenberg, M. Caminotti, B. Muñoz-Pogossian, T. Došek (Eds.), *Mujeres en la política. Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina*, Ciudad de México, 2018, pp. 279-304.

[18] S. Oates, O. Gurevich, C. Walker, L. Di Meco, *Running While Female: Using AI to Track how Twitter Commentary Disadvantages Women in the 2020 U.S. Primaries*, 2019. Disponible en: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3444200 (Última consultación: 23/09/2021).

[19] A. Bernal-Triviño, *No manipuléis el feminismo. Una defensa contra los bulos machistas*, Espasa, Barcelona, 2019.

P. Estévez Jiménez, *Bulos que desacreditan al feminismo*, en "COMeIN, n. 108". Disponible en https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero108/articles/p-estevez-jimenez-noticies-falses-que-desacrediten-el-feminisme.html (Última consultación: 25/03/2022);

P. Herrero-Diz, M. Pérez-Escolar, J. F. Plaza Sánchez, *Desinformación de género: análisis de los bulos de Maldito Feminismo*, en "Icono 14, 18(2)", 2020, pp. 188-216.

[20] En presencia de elementos de más de uno de los grupos descritos, se ha considerado la característica más explícita como relevante para la categorización.

supuestamente fueron víctimas de sus madres y que recibieron maltrato y violencia. Se habla de mujeres que quieren matar a sus hijos recién nacidos para afirmar sus derechos de feministas o que deciden abortar después de descubrir de estar en espera de un hijo varón. El aborto es un tema especialmente apreciado por los creadores de *fake news* sobre mujeres. Este dato no nos sorprende: el tema de las interrupciones voluntarias de embarazos sigue siendo muy debatido alrededor del mundo y la penalización de este servicio está reconocida por las Naciones Unidas como "una forma de discriminación en contra de las mujeres[21]". Estos contenidos, además de datos falsos e historias inventadas, difunden una visión del aborto y de los derechos de las mujeres muy peligrosa.

En la imagen que sigue se puede observar uno de los bulos desmentidos por Maldita.es que pertenecen a la categoría de bulos sobre la maternidad y en lo específico sobre el aborto. A la izquierda está la imagen que se viralizó en las plataformas digitales, acompañada por mensajes violentos y de odio en contra de estas y de todas las mujeres que luchan por el derecho a abortar; a la derecha, la imagen original.

Imagen 1. La imagen modificada y la versión original de la misma.

[21] Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, *Serie de información sobre salud y derechos sexuales y reproductivos. Aborto*. Disponible en: https://www.ohchr.org/documents/issues/women/wrgs/sexualhealth/info_abortion_web_sp.pdf (Última consultación: 23/09/2021).

En el bulo que se hizo viral en el cartel figuraba este texto: "Yo no sé coser, yo no sé bordar, pero sé abrir las piernas y después ir a abortar". Como se puede observar, en la imagen original la última frase del texto era "abrir la puerta para ir a luchar" y no había referencias explícitas al aborto[22]. La técnica de los montajes es muy común en la creación de bulos y es también una de las que se pueden reconocer más fácilmente. En este caso, observando atentamente la imagen de la izquierda, se puede ver que la última frase está escrita con una fuente diferente de la primera parte del texto.

El bulo circuló en 2020 entre usuarios españoles - tanto hombres como mujeres - que añadían comentarios muy agresivos y vulgares sobre la actitud de las mujeres con respecto al sexo y al aborto. Entre los adjetivos usados por los usuarios que han comentado el tuit para referirse a la mujer en la imagen encontramos "limitadita", "descerebrada", "psicópata" y expresiones violentas como "abortenle[23] el cerebro" o "que la ETS[24] te acompañe". Como ya dicho, la relación entre bulos y *online hate* es muy fuerte y las mujeres representan uno de los grupos más afectados por los dos fenómenos.

Es evidente que el objetivo de los creadores de este contenido manipulado no es la mujer de la imagen. La finalidad es difamar y desacreditar a todas las mujeres que se sienten o pueden sentirse representadas por mensajes de este tipo. La exposición mediática de un individuo sirve como advertencia para los y las demás de que las mismas reacciones violentas y agresivas serán para ellos y ellas también. Además, en las redes sociales las víctimas de difamaciones no se pueden defender, porque los contenidos pueden circular en tiempos muy largos y llegar a usuarios muy distintos. Es casi imposible desmentir un bulo de manera eficaz y hacer que la verificación del hecho llegue a todas las personas que habían encontrado el contenido falso. Los creadores de contenidos manipulados lo saben y aprovechan de estas características de las redes sociales para atacar grupos de personas.

[22] Artículo de Maldita.es en el cual se verifica este contenido: https://maldita.es/malditobulo/20200713/cartel-feminista-abrir-piernas-abortar/ (Última consultación: 23/03/2022).

[23] Los errores de gramática y sintaxis presentes en los comentarios a los posts no se han corregido.

[24] Enfermedades de Transmisión Sexual.

El grupo de *fake news* con un enfoque sobre hombres discriminados por las mujeres está constituido por 18 elementos. En estos contenidos se argumenta que los hombres son víctimas de sociedades en las cuales las mujeres están mejor protegidas. Se habla de gobiernos que introducen un toque de queda a los hombres para evitar violaciones, de mujeres que consideran la masturbación masculina como violación y de hombres que se suicidan por leyes "injustas" sobre violencia de género. Lo más graves de estas noticias falseadas, las cuales frecuentemente se basan en datos verdaderos sacados del contexto apropiado, es que muchas veces están difundidas por personajes públicos. De hecho, una gran parte de las noticias desmentidas por los grupos de *fact-checking* está constituida por declaraciones incorrectas de políticos[25].

Una de las noticias de este tipo, desmentida por el grupo de verificación Newtral, ve como protagonista al secretario general de Vox, Javier Ortega Smith, que fue entrevistado por una televisión española en 2019 y hablando de violencia de género declaró:

> "La Unión Europea da más dinero, más millones, a aquellas comunidades autónomas que hayan registrado mayor número de denuncias [por violencia de género]. Por tanto, provoca un efecto llamada en la denuncia. […] Muchos despachos especializados en que a la mínima de cambio una mujer que se quiere divorciar, una mujer que quiere sacar dinero, le dicen 'vete y pon una denuncia de maltrato."[26]

Los supuestos casos de falsas denuncias de violencia de género y de grupos o gobiernos que las promueven para recibir dinero público están muy difundidos y representan una argumentación de una parte del mundo político para desacreditar las reivindicaciones feministas[27]. De hecho, si se difunde la idea de que las denuncias de violencia contra

[25] El grupo Newtral, así como otras organizaciones de fact-checking en otros países, tiene en su página la sección "Transparentia – El buscador de dinero público" que se dedica exclusivamente a la verificación de afirmaciones de personajes políticos: https://transparentia.newtral.es/buscador.

[26] Artículo de Newtral en el cual se verifica este contenido: https://www.newtral.es/ortega-smith-la-ue-da-mas-dinero-a-aquellas-ccaa-que-hayan-registrado-mayor-numero-de-denuncias-por-violencia-de-genero/20191202/ (Última consultación: 23/03/2022).

[27] EFE Verifica, *¿Por qué es peligroso el mito de las denuncias falsas de violencia de género?*, 2021, en https://verifica.efe.com/peligroso-mito-denuncias-falsas-violencia-genero/ (Ultima consultación: 23/03/2022).

las mujeres son falsas o se ven afectadas por razones económicas, es fácil alterar toda la narración de los episodios de violencia de género y transmitir un mensaje según el cual los hombres corren el riesgo de ser atacados indebidamente.

Imagen 2. Bulo sobre asociaciones feministas que controlan los fondos europeos sobre los casos de violencia de género.

Desde una perspectiva de contenido, la gran mayoría de los bulos analizados - 43 de 70 - ve como protagonista el feminismo, en una clave de lectura que quita importancia a la causa feminista. El objetivo evidente es ridiculizar a las feministas y las batallas que promueven. Se encuentran post que hacen sonreír, sobre campañas feministas para prohibir el ajedrez por ser machista porque se mata a la reina o impedir el uso de Siri y Alexa por el hecho de que fomentan el machismo, y se llega a contenidos que tratan asuntos mucho más serios, como las mujeres en paro o las niñas esposas.

La finalidad adicional es reforzar la dinámica de poder existente e impedir un cambio del desequilibrio entre hombres y mujeres en la sociedad. Con estos contenidos se difunde la idea de que acciones que tutelan las mujeres y sus derechos pueden convertirse en un peligro para la libertad de los hombres. Esta narración alternativa circula con facilidad en las redes sociales y produce ataques deliberados contra las mujeres.

En la imagen de abajo se puede observar una *fake news* sobre niñas musulmanas españolas embarazadas por hombres adultos. Como explican los investigadores de Maldita.es, se trata en realidad de menores afganas tratadas por enfermedades[28].

Imagen 3. Bulo sobre niñas musulmanas embarazadas.

[28] Artículo de Maldita.es en el cual se verifica este contenido: https://maldita.es/malditobulo/20210819/ninas-musulmanas-embarazadas-hombres-adultos/ (Última consultación: 23/03/2022).

Es fácil entender como los creadores de *fake news* utilizan historias inventadas para atacar a personajes o grupos de personas precisos: en este caso, el creador del bulo menciona por un lado a los musulmanes y por otro a Irene Montero, miembro del partido de izquierda Unidas Podemos y Ministra de la Igualdad del Gobierno de España, la cual está explícitamente etiquetada en el tuit. Además, el autor del bulo requiere una intervención de las feministas (todas juntas, como si fueran una única entidad).

Con respecto a la imagen n. 2, que había sido manipulada, en este caso no hay modificaciones. La imagen es auténtica: la falsedad está en el contexto en que se presenta la historia. Antes de ser eliminado y reconocido como falso por varios usuarios, el post fue retuiteado por más de dos mil personas y comentado por casi 500 usuarios y recibió más de 1300 "me gusta". La verificación de las noticias que están en la web no puede competir con la viralización de estos contenidos y por eso es fundamental tomar medidas para difundir la actividad del *fact-checking* y sensibilizar a los usuarios sobre los daños de la desinformación.

Una vez más, los comentarios representan el lugar virtual en el cual los usuarios expresan amenazas y juicios violentos en contra de "las feministas" y en este caso también en contra de los musulmanes – las discriminaciones se superponen entre sí. En este tuit, como en los demás de este grupo de bulos, los usuarios usan epítetos como "feminazis" y "mierdas de izquierda" para referirse a Irene Montero y, en general, a las mujeres políticas que promueven la tolerancia entre pueblos.

6. Análisis multimodal: hashtags ambiguos y cuentas *trolls*

Los discursos que se desarrollan en las plataformas digitales presentan elementos que no pertenecen a ningún otro género textual. Nos referimos sobre todo a signos como el *hashtag* (#) y el *tag* (@), cuyo recurso permite al usuario incluir el proprio discurso en una comunicación más amplia y que llegue rápidamente a muchas personas. El elemento clave en los *social media* es la visibilidad y esto es aún más verdadero si hablamos de *fake news*, cuyo efecto depende necesariamente da la difusión del mensaje. Por eso no sorprende que los creadores de bulos recurran con frecuencia a estos elementos multimodales.

Muchas noticias falseadas sobre mujeres que se difunden en la web se caracterizan por el uso impropio o fuera de contexto de *hashtags* que se refieren a afirmaciones de los movimientos feministas.

Imagen 4. Tuit del periódico satírico Mediterráneo Digital sobre la campaña feminista #MiVelloMisNormas.

En la imagen de arriba encontramos un tuit de la cuenta del periódico satírico Mediterráneo Digital sobre la campaña social #MiVelloMisNormas, que se desarrolló por algunos colectivos feministas en el ámbito de un debate sobre la libertad de las mujeres de decidir por ellas mismas si depilarse o no. El periódico, conocido en España por sus noticias desinformativas y que se presentan como satíricas, reportó

la noticia hablando de una imposición de las feministas[29]. En el tuit, además del *hashtag* de la campaña, se utilizaron también otros relativos al feminismo y el *emoji* de una mujer que se tapa la cara con la mano, que se utiliza para expresar vergüenza o frustración ante el comportamiento de una persona. Es fácil entender cómo el uso de esos *hashtags* tenía como objetivo una mayor circulación del contenido crítico sobre la campaña y no una promoción de esta.

La etiqueta #Feminismo es una de las más utilizadas por usuarios que difunden desinformación sobre la ideología feminista y que quieren intoxicar el debate sobre los derechos de las mujeres con historias falseadas y ambiguas. En las imágenes que siguen se pueden observar otros ejemplos del *hashtag* utilizados para atacar al feminismo.

[29] Artículo de Maldita.es en el cual se verifica este contenido: https://maldita.es/malditobulo/20210308/50-bulos-mujeres-feminismo-violencia-machista-8m/.

Imagen 5. Tuits que utilizan el hashtag #Feminismo para difundir noticias falseadas sobre el movimiento.

Otro caso estrictamente relacionado con las *fake news* sobre mujeres está representado por las cuentas *trolls* que se hacen pasar por feministas y difunden mentiras y opiniones extremistas sobre machismo, aborto, discriminación de género y más[30]. Esta estrategia se realiza a través de nombres de usuarios, símbolos e imágenes de perfil que mueven algo de contenido feminista y que a primera vista hacen pensar que la cuenta pertenece a un usuario que apoya la causa.

[30] Artículo de Maldita.es sobre los *trolls* machistas: https://feminismo.maldita.es/articulos/trolls-machistas-que-se-hacen-pasar-por-feministas-para-colartela (Última consultación: 23/03/2022).

Imagen 6. Post de trolls que se hacen pasar por feministas.

En la Imagen n. 6 observamos dos ejemplos de perfiles de *social media* que se presentan como feministas: imágenes de perfil que contienen el puño cerrado y el color violeta, dos elementos que se han convertido en símbolos de la protesta feminista[31]; referencias a personajes inventados que pueden pasar por feministas (en lo específico, Leela de "Futurama"); uso del símbolo de Venus en el *nickname* y uso de *hashtags* que tienen que ver con debates desarrollados por movimientos feministas. Está claro leyendo los textos de estos tuits que no se trata de afirmaciones serias y compartidas por las personas que combaten las discriminaciones de género y la desigualdad entre hombres y mujeres, sino de discursos para burlarse del feminismo.

7. Conclusiones

En este trabajo hemos analizado los bulos en lengua española sobre mujeres desde una perspectiva léxica y de contenido. Además, se ha considerado la relación entre desinformación y *online hate speech*, los cuales, a pesar de ser fenómenos distintos, comparten muchos elementos. El más relevante de ellos es referirse en la mayoría de los casos a grupos minoritarios de personas y en lo específico a las mujeres. Considerar estos dos fenómenos del mundo de las redes sociales como for-

[31] S. Arbat, *Por qué el color violeta es el verdadero símbolo de la marcha feminista del Día de la Mujer*, en "La Vanguardia", 7/03/2018, https://www.lavanguardia.com/de-moda/feminismo/20180306/441315715416/dia-mujer-8-marzo-huelga-feminista-color-violeta.html (Última consultación: 24/09/2021).

mas diferentes de un único problema cultural y social puede ayudar en la identificación de los contenidos desinformativos y de los episodios de acoso y amenaza en la web.

El análisis ha considerado un corpus de 70 *fake news* desmentidas por grupos de *fact-checkers.* La actividad del periodismo de verificación nos ofrece la posibilidad de trabajar en historias ya analizadas por expertos. Además, es fundamental para educar a los usuarios sobre la importancia de una información correcta, verificar las fuentes y fijarse en elementos raros y que pueden indicar que una noticia es falsa.

Basándonos en este corpus ha sido posible identificar algunas características que se repiten con regularidad en los contenidos desinformativos sobre mujeres y se ha realizado una categorización de los bulos teniendo en cuenta los asuntos que aparecen con mayor frecuencia.

En la primera categoría identificamos noticias falseadas sobre el aborto y la maternidad. Los contenidos de este grupo vehiculan una idea de la interrupción voluntaria del embarazo muy radicalizada y peligrosa, en la cual, además de difundir mentiras, como en el caso de la imagen n. 1, no se considera mínimamente la libertad de decisión de las mujeres sobre sus cuerpos. El segundo grupo está constituido por *fake news* sobre hombres que están discriminados o viven situaciones de peligro potencial por culpa de las mujeres y de las ideologías feministas. La victimización de los hombres es una estrategia retórica adoptada también por algunos partidos políticos, los cuales contribuyen en la intoxicación del debate sobre asuntos muy serios como la violencia sobre mujeres y las discriminaciones basadas en el género. Estos contenidos se utilizan para difundir la idea de que las mujeres aprovechan de la atención de la sociedad con respecto a las desigualdades entre hombres y mujeres para obtener ventajas personales y una consideración social privilegiada. En el último grupo de esta categorización, el más rico en términos cuantitativos, se encuentran bulos sobre el feminismo y la ideología feminista. Parece evidente el intento de los autores de ridiculizar la causa feminista y hacer pasar una idea de las feministas como peligrosas extremistas.

Con respecto al léxico utilizado, encontramos palabras y frases que expresan odio y desprecio contra las mujeres. Los usuarios usan términos para ponerlas en ridículo y criticarlas (por ejemplo "feminazis"), amenazarlas y ofenderlas. El fenómeno es aún más amplio en el caso

de contenidos que se viralizan online y reciben muchas reacciones y comentarios, en los cuales decenas de personas se unen en el acto de criticar a una mujer o a todas las mujeres por la actitud que se describe en la historia.

En conclusión, en el ámbito de los estudios sobre la desinformación en la web, consideramos que algunas categorías de *fake news* y en lo específico aquellas sobre mujeres deberían analizarse de una perspectiva especial, por las ideologías que expresan y el contexto de cultura patriarcal en el cual se crean y se difunden. La intervención de las instituciones, así como de la academia y de los expertos de comunicación e información, para combatir el fenómeno, tiene que considerar los bulos y la violencia online sobre mujeres conjuntamente con las dinámicas de discriminación y violencia de género, porque son dos caras del mismo problema.