



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Departament de Biblioteconomia,
Documentació i Comunicació Audiovisual
Facultat de Biblioteconomia i Documentació

**Trabajo de Grado en Comunicación Audiovisual
Curso 2017-2018**

***FAKE NEWS Y GÉNERO: LA INFLUENCIA DE LA
INFORMACIÓN FALSA EN LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE
GÉNERO***

ANAÏS TANIA CASTAÑO RAMOS

TUTOR: SERGIO VILLANUEVA BASELGA

Barcelona, 12 de junio de 2018

Fake news y género: la influencia de la información falsa en la opinión pública sobre género

Fake news and gender: the influence of fake information in the public opinion about gender

Anaïs Tania Castaño Ramos

Universidad de Barcelona

Resumen

Este estudio pretende analizar la relación entre la creación de opinión sobre el discurso de género y la información falsa. En esta exploración se estudian las características principales que conforman la información falsa sobre género, los hábitos de consumo informativo y la opinión pública. El análisis y comparación de estas variables permite comprobar si existe una relación directa entre la conformación de una opinión desacertada y el consumo de información falsa. El resultado final recoge las principales características retóricas de las noticias falsas y las extrapola a las creencias del ciudadano de a pie y sus métodos de consumo informativo en el caso de las noticias relacionadas con el discurso de género.

Palabras clave

Noticias falsas, hechos alternativos, *fake news*, discurso medios, medios de comunicación, discurso de género, feminismo.

Abstract

This article seeks to analyse the relationship between the creation of a gender discourse and fake information. In this exploration, questions like the main characteristics that compose fake news, information consumption habits and public opinion will be analysed. The analysis and comparison of these variables allows us to check whether there is a direct relationship between the formation of an erroneous opinion and the consumption of fake information. The final result compiles these rhetorical characteristics of the fake news and extrapolates them to the citizens' beliefs and their methods of information consumption in the case of news related to gender discourse.

Key words

Fake news, alternative facts, media discourse, mass media, gender discourse, feminism.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 6 |
| ESTADO DE LA CUESTIÓN..... | 10 |
| OBJETIVOS Y METODOLOGÍA..... | 17 |
| RESULTADOS..... | 25 |
| DISCUSIÓN..... | 35 |
| CONCLUSIONES..... | 47 |
| REFERENCIAS..... | 50 |
| ANEXOS..... | 54 |
| 1. Referencias fuentes informativas con contenido falso..... | 55 |
| 2. Modelo encuesta..... | 61 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Tipo de medio de las fuentes informativas..... | 19 |
| Tabla 2. Definición y ejemplos de las variables de los niveles de falsedad..... | 19 |
| Tabla 3. Definición y ejemplos de las variables del libro de códigos..... | 21 |
| Tabla 4. Niveles de falsedad de las fuentes informativas..... | 25 |
| Tabla 5. Total estadístico por variable en las fuentes de brecha salarial..... | 27 |
| Tabla 6. Total estadístico por variable en las fuentes de falsas denuncias de violencia de género..... | 27 |
| Tabla 7. Número absoluto de códigos por fuente informativa..... | 29 |
| Tabla 8. Número relativo de códigos por fuente informativa..... | 29 |
| Tabla 9. Número absoluto de códigos de nivel de falsedad por fuente informativa..... | 29 |
| Tabla 10. Número relativo de códigos de nivel de falsedad por fuente informativa..... | 30 |
| Tabla 11. Porcentaje de respuestas correctas según edad en los casos de brecha salarial..... | 44 |
| Tabla 12. Porcentaje de respuestas correctas según edad en los casos de falsas denuncias por violencia de género..... | 44 |
| Tabla 13. Porcentaje de respuestas correctas según tiempo invertido en informarse en los casos de brecha salarial..... | 45 |
| Tabla 14. Porcentaje de respuestas correctas según tiempo invertido en informarse en los casos de falsas denuncias por violencia de género..... | 45 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1. Número de repeticiones de cada código en las fuentes de brecha salarial.... | 28 |
| Gráfico 2. Número de repeticiones de cada código en las fuentes de falsas denuncias por violencia de género..... | 28 |
| Gráfico 3. Tipos de fuentes más consultadas..... | 31 |
| Gráfico 4. Grado de acuerdo del bloque 2 sobre brecha salarial..... | 32 |
| Gráfico 5. Grado de acuerdo del bloque 2 sobre denuncias por violencia de género.... | 33 |
| Gráfico 6. Número de referencias del código falta de rigor..... | 35 |
| Gráfico 7. Número de referencias del código enfoque social..... | 35 |
| Gráfico 8. Número de referencias del código falta de rigor..... | 36 |
| Gráfico 9. Número de referencias del código enfoque social..... | 36 |
| Gráfico 10. Número de referencias en brecha salarial del código enfoque de género... | 37 |
| Gráfico 11. Número de referencias en denuncias por violencia de género del código enfoque de género..... | 37 |
| Gráfico 12. Nivel de relación entre la vía de supervisión y la falta de rigor..... | 39 |

INTRODUCCIÓN

En el año 2017 el diccionario inglés Collins Dictionary declaró el término «noticias falsas» como palabra del año. Su uso no solo había aumentado en un 365% respecto al año anterior, sino que tanto el término como su significado se habían propagado rápidamente entre el ciudadano de a pie. Pese a que el término existe desde hace varios años, fue la política de Donald Trump, actual presidente de los Estados Unidos, la que lo propició (Hunt, 2017). Sus discursos, plagados de noticias falsas y hechos alternativos, es decir, información falsa, estremecieron a gran parte de la población. Desde desafiar a la comunidad científica declarando la inexistencia del cambio climático (Faus, 2017), hasta sus públicamente destapadas invenciones —defendidas por su consejera Kellyanne Conway, quien afirma que no se trata de mentiras, sino de hechos alternativos (Bradner, 2017).

Noticias falsas y hechos alternativos son ambas expresiones que denotan mentira, calumnia, pero que no están consideradas estrictamente como tal. Se entra con ello en la era de la post-verdad, que nace en el posmodernismo y resta caracterizada por una fina relación entre falsedad y alternativa discursiva —que no realidad— en la que la línea entre verdad y mentira yace difuminada. Además, entra en juego la performatividad, pues «ya no son los hechos los que desmontan o corroboran las afirmaciones, sino las afirmaciones las que supuestamente construyen unos hechos que están más allá de la verdad y la mentira. Y cuando el discurso no puede cambiar los hechos, crea “realidades alternativas”» (Álvarez, 2017).

Pese a ello, no todos opinan igual. Si bien Foucault en 1978 ya defendía que la verdad se construye mediante el discurso, ahora son los expertos quienes advierten que dicha era de la post-verdad resulta un peligro absoluto (traducción de Foucault, 1995). La información incorrecta o falsa empieza a correr como la pólvora, hasta el nivel de estimarse que en 2022 la mitad de las noticias serán falsas. Además, no existirá posibilidad alguna de eliminarlas, ya que se multiplicarán mucho más rápido debido a su bajo coste de producción, creación automatizada y amplia difusión en redes sociales (Jané, 2017).

Si a esto se le añade la actual propagación y apoyo de falacias en el ámbito de las ciencias sociales, la situación parece lejos de mejorar. En diciembre de 2017, Trump

prohibió el uso de las palabras «transgénero», «feto» o «basado en hechos reales», entre otras. Incluso en los informes del Centro de Control de Enfermedades (CDC), la mayor agencia de sanidad pública estadounidense, su empleo queda censurado (Alonso, 2017). Dejando de lado la supresión de las libertades de conciencia social y de expresión que esto supone, de poca ayuda resulta esta medida a la propagación de una información y, por tanto, educación de calidad. Este veto supone la supresión de derechos, la imposibilidad de crear un discurso con aquellas palabras que realmente definen la realidad, aquella que él niega por su desacuerdo con la misma. Las personas transgénero, aquellas en las que en Estados Unidos ahora hay que referirse con el largo término de «nacidas bajo una asignación de identidad de género con la que no se identifican y, por tanto, que son del género opuesto», no pueden definir libremente lo que son, han dejado de tener nombre propio. Su voz sigue existiendo, pero ahora se le suman nuevos obstáculos a su ya de por sí complicada situación. Y, por si fuese poco, esto también implica un aumento en la dificultad de la concienciación ciudadana, cuya totalidad no tiene claro este tipo de cuestiones de género, y por lo que resulta necesario la propagación de una educación con su consecuente adecuada terminología. Trump ha instaurado, pues, un sistema que le otorga más poder al impedir, o por lo menos dificultar, la crítica y deconstrucción de su discurso. Y no ha sido el único.

Ante tal perspectiva frente la desinformación, censura y creación de hechos alternativos y noticias falsas, solo cabe esperar que sea el usuario quien decida dedicar parte de su tiempo en observar las fuentes consultadas y su veracidad, pero son varios los estudios que afirman que este hecho es muy improbable, y lo seguirá siendo. De hecho, una de estas investigaciones demuestra que muchos de ellos seguiría apostando por aquello que cree, aun habiéndole sido demostrado posteriormente de manera empírica que su creencia está fomentada en información falsa o errónea (Cooke, 2017). Asimismo, recientes estudios demuestran que la mayoría de los internautas españoles confía en la veracidad de la información recibida vía online, desmarcándose así España como uno de los países analizados donde existe más confianza en los medios. Si bien el escepticismo es mayor entre los jóvenes y los usuarios cuya principal fuente de información son las redes sociales, esto no resulta suficiente como para que menos de la mitad de la población ponga a prueba aquello que lee, ve y oye (Vara, 2017).

Es bajo este conjunto de cuestiones y realidad performativa donde la realización de un *fact checking*, es decir, la contrastación de la información, se alza como necesaria. Dicha verificación puede, y debe, ser realizada tanto por el medio como por el usuario. El primero debe asegurarse de la veracidad de la información recibida y formularla dentro de su correspondiente marco y sin dar lugar a inequívocos —sobre todo si se publica tras verla en muchos otros medios—, puesto que de lo contrario se volvería a caer en una mala praxis que induciría a la desinformación. En caso de que el contenido acabe formando parte de una producción multimedia, es importante tener en cuenta qué recursos se utilizan y cómo estos interfieren con la información ofrecida, puesto que el uso de recursos musicales, visuales o montajes concretos puede alterar la percepción del usuario, dando cabida a pequeños malentendidos propios de estos sutiles matices. Es decir, la praxis de un *fact checking* interno se conforma como imprescindible (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2018). En casos de tratarse de temas de gran complejidad y cuya especialidad dista mucho de la del medio, la importancia reside en el *fact checking* externo mediante la consulta a un experto, quien debe probar y dar el visto bueno a la información que está a punto de ser transmitida.

Ya por otro lado se encuentra el usuario, quien debe fijarse en la fuente consultada, su fiabilidad y contrastar aquello que consume con lo que muestran los datos oficiales. Este *fact checking* externo resulta una ardua tarea si se realiza tras todo aquello a lo que se acaba accediendo a lo largo del día, hecho que resalta la importancia del *fact checking* realizado por los publicadores. Si todo el contenido fuese fiable debido a una buena praxis periodística, el lector se ahorraría una gran cantidad de tiempo a la vez que disfrutaría de unos medios de calidad. Asimismo, tampoco resultaría necesario el desarrollo de páginas web como PolitiFact o FactCheck, las cuales tienen como objetivo principal la contrastación de las últimas noticias de gran impacto, muchas de las cuales contienen algún elemento incorrecto o incluso totalmente inventado; al igual que Facebook o Google tampoco integrarían propuestas que señalen la información de dudosa credibilidad al usuario (Sulleyman, 2017).

Y puesto que no existe ningún ámbito que se salve de la creación de bulos, también resulta de vital importancia el estudio del impacto de éstos en la sociedad. En el caso de las ciencias sociales, más concretamente en la creación del discurso de género, cabe determinar su función e impacto, pues es un campo de gran importancia social y

científica que ha sido escasamente explorado. Pese haber habido un auge en las políticas feministas y la consecuente propagación de sus teorías y estudios, sobre todo en redes sociales, no existen investigaciones que unan estos hechos alternativos y noticias falsas con dicho discurso, incluido el de género. Es por ello que el presente trabajo tiene como objetivo descubrir si es posible generar una opinión sobre diversos temas que abarca el discurso de género a través de información falsa y cuál llega a ser el rol de ésta en la articulación de un discurso propio, el alcance de su radio. Desde aquellas cuestiones que abarcan el rol de la mujer en el ámbito laboral hasta las discusiones sobre los distintos géneros existentes, siendo algunas de las disputas propuestas afirmaciones como «la mayoría de las denuncias por violencia de género son falsas» o «la brecha salarial no existe».

ESTADO DE LA CUESTIÓN

El discurso de género lleva décadas siendo trabajado en profundidad, pero es en la actualidad cuando ha cobrado más fuerza que nunca gracias al exhaustivo estudio, por parte de mujeres especializadas en ramas de estudio muy diversas, del sistema social y patriarcal y, por ende, su raíz y funcionamiento. Además, cabe destacar el gran aumento del ciberactivismo y la fuerte irrupción de la Tercera Ola feminista, que engloba diversas ramas de feminismo, investigaciones y activismo que comienzan en 1990. La principal característica de la Tercera Ola es el análisis de la situación actual de la mujer desde la raíz del problema, trabajando así con la mujer como colectivo y no ser individual. Además, pone el punto de mira en cuestiones como la inexistencia de un único patrón de mujer y el tratamiento de la sexualidad femenina. Aunque, sin duda alguna, destaca primeramente la relación género-sexo, explicada con gran claridad por Varela (2016):

La noción de género surge a partir de la idea de que lo «femenino» y lo «masculino» no son hechos naturales o biológicos, sino construcciones sociales. Por género se entiende, como decía Simone de Beauvoir, «lo que la humanidad ha hecho con la hembra humana». Es decir, todas las normas, obligaciones, comportamientos, pensamientos, capacidades y hasta carácter que se han exigido que tuvieran las mujeres por ser biológicamente mujeres. Género no es sinónimo de sexo. Cuando hablamos de sexo, nos referimos a la biología —a las diferencias físicas entre los cuerpos de las mujeres y de los hombres—, y al hablar de género, a las normas y conductas asignadas a hombres y mujeres en función de su sexo. (p. 181)

Partiendo de una diferenciación tan clara, establecida ya por primera vez en 1968 a manos de Robert J. Stoller, y que deja en tan mal lugar a la mujer, el siguiente paso es trabajar en su análisis para así poder obtener un seguido de causas en la asignación de estos roles impuestos a ambos géneros. Es precisamente en este concepto en el que hace especial énfasis el feminismo, puesto que gran parte de su teoría, tal y como afirma Fraser (1995, citada en Oakley, 1998, p. 134), se basa desde «una problemática epistemológica, en la cual la mente se concibe como un reflejo de la realidad, hasta una discursiva problemática, en la cual los constructos culturales y su significado social han sido acordados según su peso y densidad». Y puesto que toda construcción social debe formar parte del estudio de las ciencias sociales, el discurso de género entró a formar parte de una importante vertiente de éstas, tambaleando y redefiniendo todos sus grandes temas al cuestionar puntos clave, como son la manera de medir las investigaciones, su verificación, la supuesta neutralidad de los términos y teorías y las

pretensiones de universalidad de sus modelos. Además, también trajo consigo una revolución política, ya que puso sobre la mesa la dominación de las mujeres con la responsabilidad humana de todo aquel que tenga en su mano cualquier herramienta posible para evitar dicho sometimiento (Varela, 2016, p. 184).

Estableciéndose ya como una vertiente de estudio de las ciencias sociales, cabe examinar en qué contexto nació esta Tercera Ola del feminismo y en qué punto se encuentra ahora. Si bien es cierto que sus orígenes emergen en pleno posmodernismo, cabe destacar que su discurso no es exclusivo de esta corriente, puesto que comparte características con su predecesor, el modernismo. No obstante, fue el posmodernismo lo que impulsó la encarecida búsqueda y deconstrucción de todas aquellas imposiciones sociales, realizando especial hincapié en cuestiones como el género, la representación sexual, la identidad o la subjetividad, entre otras. Esto es debido, en parte, a su capacidad para destruir y/o replantear aquellas cuestiones aceptadas con tal de plantear nuevas categorías carentes de atención dado a su cercanía con otras o incluso prohibición (Koliieva, 2015).

Asimismo, tal y como afirma Roseneil (1999), en el posmodernismo, el lenguaje y los símbolos son parte del proceso político, sobrepasan su mera función como medio del mensaje. Y es precisamente por ello por lo que surge una post-verdad, es decir, una cultura en la que el discurso basa su estructura en la apelación a las emociones y, a su vez, repite eslóganes o consignas que lejos están de la asunción de equivocaciones y el reconocimiento de las refutaciones realizadas por parte de la oposición (Niño, Barquera y García, 2017). Esto ha propiciado el auge de las noticias falsas y los hechos alternativos, que no hacen más que aumentar y buscar su sitio en los hogares del ciudadano medio, el cual a menudo encuentran.

Si ya de por sí mismo la creación de esta información falsa es terriblemente peligrosa, la creencia de ésta y su implantación en el discurso colectivo es un hecho que imposibilita la construcción de un discurso veraz y responsable. Además, en caso de darse lugar una propagación de dicho alegato, uno se encuentra ante una sociedad fomentada e impulsada por unas creencias y convicciones que provienen de un seguido de mentiras. Igualmente, esto puede llegar a instaurar un reino del “yo mismo”, que conlleva pensar que todo aquello que es nuestro y expresamos, desde opiniones hasta emociones, tiene

validez porque son nuestros y proceden de una experiencia propia —sin llegar a plantearse que esta experiencia haya podido ser influenciada, tanto por la fuente de información como por el juicio de valor de los demás. Es decir, se puede llegar a caer en la imposición de una falsa horizontalidad, pues realmente no existe autoridad o criterio reconocido para afirmar una simple experiencia personal como realidad irrefutable y objetiva (Niño, Barquera y García, 2017). Tal y como afirma Moles (2017), «la base conceptual del fraude de la post-verdad es, por tanto, el proceso institucional de construcción de la “verdad” como germen del fraude de la “verdad construida” para un ciudadano acrítico, esto es, un post-ciudadano». (p. 122)

Teniendo en cuenta que este aspecto performativo de la post-verdad abarca todo tipo de discursos, el de género no queda excluido. El gran problema de ello es que las cuestiones principales de género en las que se ven envueltas un gran número de hechos alternativos y noticias falsas, que acostumbran a correr como la pólvora, no solo impiden la generación de un discurso propio veraz, sino que dan pie a que estos datos se extiendan y pasen a declararse la verdad indiscutible. Además, al tratarse de un concepto social tan delicado, a menudo estos falsos fundamentos generan una mayor desigualdad en aquellos colectivos oprimidos, como son el femenino o la comunidad LGBTI.

Si uno procede a buscar ejemplos sobre ello, los encontrará con suma facilidad. Y de hecho lo hará con más frecuencia de la esperada y deseada. Poniendo un ejemplo común: seguramente en más de una ocasión se ha escuchado o leído que la mayoría de las denuncias por violencia de género realizadas son falsas. Esto resulta totalmente incierto, pues datos oficiales demuestran que menos de un 0,01% lo son (Martínez, 2017). Es más, también es común observar cómo se equipara esto con la situación masculina con tal de restar importancia a la violencia de género y convertirla en violencia común (Mestre, 2017). Los hombres son maltratados, hecho innegable, pero no por su condición de género y bajo una estructura patriarcal que respalde este suceso. No es cierto que estén sometidos a los mismos estándares que las mujeres y se les castigue por no cumplirlos. Es decir, los hombres mueren por violencia, no por su condición de hombre. Y es por esta misma diferencia que existen dos categorías: violencia doméstica y violencia de género, perteneciendo el maltrato hacia ellos a la primera. Si se analizan por ejemplo los datos del año 2015, se puede encontrar que 2000

hombres sufren violencia doméstica. El número de asesinatos suele oscilar entre 14-18 aproximadamente, aunque un 80,6% es cometido por otros hombres de la familia, ya que la violencia doméstica recoge la violencia ejercida por parientes varones como hermanos o padres. De esos 14 asesinatos, un 30% es cometido por la pareja, porcentaje que se reduce a la mitad si se habla de que ésta es mujer, lo que reduce los asesinatos de hombres a manos de una mujer a 2. Obviamente este número de muertes no es equiparable a las 50, el número mínimo de mujeres asesinadas a manos de sus parejas varón, es decir, solo violencia de género, sin contabilizar la doméstica ejercida hacia ellas (Ministerio de Justicia, 2017). Todo ello queda recogido en los informes realizados por el Consejo General de Poder Judicial, pero aún así en más de una ocasión se plantea como una manera de desacreditar la existencia de la violencia de género.

Otro ejemplo es el de la brecha salarial, concepto rodeado de mucha información falsa, siendo la más común la propagación de una definición incorrecta. Se conoce como brecha salarial el conjunto de factores que lleva a que una mujer llegue a cobrar menos, desde la realización de una menor cantidad de horas de trabajo hasta la elección formativa. A esto se le suman incompatibilidades horarias impuestas, el techo de cristal y preferencias por un trabajador de un género concreto, entre otros. Y si bien es fácil encontrar una definición correcta que coincida con la ofrecida, también resulta igual de fácil, o incluso más, encontrar aquella en la que se afirma que la brecha salarial es el pago de diferente cantidad a dos trabajadores de género opuesto que realizan en el mismo cargo (Aurelio, 2017). La diferencia puede parecer sutil, pero no lo es, puesto que hace que el análisis realizado en base a este concepto se embarque en objetivos completamente distintos. Y si se realiza bajo esta última definición, la brecha salarial no existe, puesto que la mayoría de veces tanto mujeres como hombres cobran lo mismo por el mismo cargo; pero si se realiza bajo la correcta, se puede observar cómo un hombre y una mujer con sus respectivas diferentes imposiciones sociales cobran una cifra muy diferente. Y la cifra siempre favorece al hombre.

Además, a menudo esta brecha salarial es argumentada bajo la premisa de que dicha diferencia se debe a un menor nivel formativo de las mujeres, cuando esto ha sido ampliamente desmentida: el porcentaje de mujeres graduadas en estudios superiores el año 2015 era de un 53,1% frente al 46,9% de los hombres (Instituto Nacional de Estadística, 2018). El nivel formativo no es el motivo. Este discurso, sin embargo, se ha

repetido incluso en medios televisivos a manos de personajes públicos con gran alcance mediático, como es el caso de Ana Botella, concejala del PP; lo cual no solo resulta peligroso, sino inadmisibile (Diario de León, 2018).

Pese a la existencia de datos oficiales, esta información errónea ha sido difundida por varios medios, incluido el boca a boca del ciudadano medio, dando pie a la creación de un discurso de género totalmente propiciado por datos falsos (Martínez, 2017). Es aquí donde entra en juego la deconstrucción, el uso de aquellas pautas proporcionadas por el modernismo y el posmodernismo para analizar todo aquello que creemos saber y poner en el punto de mira las fuentes de las que obtenemos la información.

Asimismo, cabe destacar que, además del problema de la performatividad, la negativa del posmodernismo a declarar algo como verdad indiscutible resulta un flaco favor al discurso de género o cualquier otra ciencia, pues toma como verdadera cualquier sensación personal y rechaza el estudio empírico. Si bien es cierto que esto ayuda a recoger todas las declaraciones ofrecidas por aquellos afectados sin discriminación alguna, también niega la oportunidad de crear hipótesis a través de un método empírico que recoja toda esta información y la transforme en una teoría plausible. Por tanto, imposibilita solucionar aquellas problemáticas que preocupan a la ciencia del género mediante su estudio, ya vayan desde el machismo en un ámbito concreto hasta la homofobia interiorizada. Es por esto mismo que el posmodernismo a menudo cae en un sistema sobre la individualización en vez de la representación de un colectivo, cogiendo todas las diferencias pero imposibilitando la creación de una teoría científica y su supuesto marco para así poder encontrar una solución con que combatir la desigualdad (Roseneil, 1999); se trata de una ciencia para el género, pero no sobre él (Oakley, 1998). En definitiva, tal y como señala MacDonald en Morley y Macfarlane (2012), «la individualización de la política feminista para incluir una diversidad de experiencias se ha interpretado como "elevar las diferentes experiencias de las mujeres más allá de la necesidad de analizar las opresiones económicas, sociales e ideológicas compartidas por todas ellas"». (p. 693)

Es a través de esta individualización y negación de una verdad donde se puede encontrar una gran incongruencia, puesto que rechazándose los reclamos de verdad, ya se está realizando uno, cuya naturaleza además no puede ser velada por el

deconstructivismo (Oakley, 1998). Dado este contexto y con tal de combatir la creación de un discurso fomentado en datos erróneos proporcionados por información falsa, son varios los analistas que reconocen una necesidad de unión del modernismo y el posmodernismo. Tal y como afirman Morley y Macfarlane (2012),

los marcos emancipatorios modernistas continuarán proporcionándonos pautas éticas y valores críticos para orientar la práctica hacia ideales de cambio social progresivos, mientras que las capacidades deconstructivas de la posmodernidad pueden ayudarnos a deshacer construcciones y discursos sociales universales que identificamos como barreras para los objetivos emancipadores. (p. 698)

Asimismo, no se debe demonizar del todo el posmodernismo, puesto que su compromiso crítico ofrece una herramienta conceptual para la práctica emancipadora, además de una oportunidad para la autoexploración y la deconstrucción de políticas y conductas socialmente impuestas. La lucha cae ante el aumento de las falsas noticias, los hechos alternativos y su uso por el ciudadano, pues es a través de su entrada en el colectivo social como pueden llegarse a crear discursos fomentados en una información incorrecta.

Uno se encuentra, pues, ante una tensión conceptual en la cual el paradigma posmoderno trae consigo la Tercera Ola del feminismo, que permite una lectura más emancipadora del rol de la mujer, y un afán por la deconstrucción de las bases sociológicas sobre las cuales mantienen sus cimientos. Además, tal y como afirma Crocker en Hughes y Cohen (2012), el pasar a considerar el rol de la mujer como categoría de estudio facilita el entendimiento de éste. «La clasificación no es importante únicamente porque nuestras categorías necesitan ser una buena representación del fenómeno real, vivido, sino que también es importante porque el proceso de clasificación llega a constituir el mismo problema que se clasifica.»¹ A su vez, no obstante, el posmodernismo trae la construcción de una cámara de eco, una situación en la que toda clase de discursos son amplificadas por su transmisión y repetición — siempre y cuando se encuentren dentro de las grandes fuentes informativas. Los medios alternativos no tienen cabida, pues su mensaje es silenciado, censurando así cualquier discurso proveniente de una minoría que queda invisibilizada. Es en este punto en el que la deconstrucción se encuentra cara a cara con la propagación de información falsa,

¹ Traducción propia al castellano del original: «classification is not important just because our categories need to be a good representation of the real, lived phenomenon, it is also important because the process of classification comes to constitute the very problem being classified.»

siendo ambas propuestas posmodernas que compiten sin saber cuál será capaz de ganar más adeptos. Las noticias falsas siguen propagándose como la pólvora amparadas por la performatividad posmoderna, pero esta deconstrucción de la verdad permite detectarlas como otra forma de mentira. La solución, pues, recae en el uso de esta deconstrucción como herramienta de análisis a través de la cual realizar un posterior *fact checking* del contenido consumido.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Dado que existe un auge de la información falsa, incluidos también los conceptos sociales que abarcan la discursiva de género, resulta de gran interés el estudio de la influencia de dicha información en el ciudadano de a pie. No solo por su consumo, sino por cómo puede verse reflejado en un impacto directo y real en cualquier usuario. Es por ello que en el presente estudio se analiza el nivel de relación entre la creación de una opinión sobre el discurso de género y la información falsa, estableciendo como objetivo principal el análisis del consumo de información falsa para ver si esta favorece a la creación de creencias erróneas sobre el discurso de género. Es decir, se examina el rol y alcance de radio de hechos alternativos y noticias falsas en la articulación de un discurso de género propio, el cual puede asentarse en mentiras e inexactitudes que invalidan la opinión creada si la información de partida no ha sido debidamente contrastada.

Asimismo, el estudio consta de varios objetivos específicos:

1. Estudiar una muestra de fuentes informativas con contenido falso sobre cuestiones de género.
2. Examinar el comportamiento informativo de las personas que consumen contenido falso.
3. Comprobar si se realiza un *fact checking* por parte del usuario tras la lectura.

Es bajo estos objetivos que se investiga la existencia de una relación visible entre la creación de un discurso de género propio inválido y el consumo de información falsa. Esta investigación no solo aporta datos sobre la creación de un discurso de género propio a través de noticias falsas y hechos alternativos, sino que presenta un valor de incremento cultural al ser un trabajo extenso sobre dicha temática, pues pese a que existen estudios de ambos ámbitos por separado, no se halla ninguno que los vincule. Es más, el primer y único estudio sobre el impacto de las noticias falsas en España está llevado a cabo como parte de una campaña publicitaria y basándose en sentencias con ningún tipo relación con el discurso de género y de difícil conocimiento popular, además de una falta de metodología a seguir (Simple Lógica y Psicología del Testimonio, 2017). Asimismo, el presente estudio permite examinar en profundidad los fundamentos y características básicas del contenido falso que circula por los medios de comunicación —principalmente Internet y prensa digital.

Por ello, y con tal de conseguirlo, los ya planteado objetivos son estudiados a partir de la elaboración de dos análisis. El primero se trata de un análisis de contenido que contrasta 40 fuentes informativas con datos erróneos (véase el anexo 1) con los datos y fuentes oficiales, mientras que el segundo se basa en la realización de encuestas con una temática centrada en la relación discurso de género propio-información falsa. En primer lugar, el análisis de contenido de las fuentes informativas permite demostrar que hay una cantidad significativa de diferentes fuentes que difunden no solo datos erróneos, sino lecturas incorrectas de los datos oficiales o incluso tergiversan o descontextualizan la realidad. Es por esta misma razón que no únicamente se han escogido noticias, sino también artículos de opinión o vídeos, pues son otro tipo de contenido ampliamente consumido y de igual importancia a una noticia. Asimismo, esta difusión de contenido falso no solo resulta perjudicial para el usuario, puesto que se ve envuelto en ello, sino que puede favorecer a la formación de una opinión a través de hechos alternativos y noticias falsas, entre otros.

Estas 40 fuentes informativas estudian dos cuestiones de género entorno a las que circulan gran cantidad de mitos, recogiendo 20 fuentes por cada una. Las cuestiones seleccionadas son la afirmación de que la mayoría de las denuncias por violencia de género son falsas y la defensa de la inexistencia de la brecha salarial. La selección de fuentes informativas a analizar se ha realizado a través de una búsqueda simple en Google mediante los términos «denuncias violencia de género», «denuncias violencia de género falsas», «mayoría denuncias violencia género falsas», «brecha salarial mito», «brecha salarial falsa» y «brecha salarial»; formando todas ellas parte de los primeros 100 resultados obtenidos. A su vez, dicha búsqueda se ha realizado en español, idioma del estudio, e inglés, uno de los idiomas que recoge más información y en el que los usuarios acostumbran a buscar información con tal de contrastarla —tal y como demuestran más tarde los resultados de la encuesta. Una vez recogidas las muestras, se han clasificado según el tipo de medio que las publica y el nivel de falsedad que se da; todo ello con tal de establecer un contexto a través de la frecuencia de ambos aspectos. A continuación se detallan y proporcionan ejemplos de dichas variables:

Tabla 1. Tipo de medio de las fuentes informativas

| MEDIO | VIOLENCIA GÉNERO | BRECHA SALARIAL | TOTAL | EJEMPLOS |
|---------------------|------------------|-----------------|-----------|--------------------------------------|
| Diario | 11 | 11 | 22 | Diario de León, ABC... |
| Organización | 0 | 1 | 1 | AEI |
| Revista | 0 | 3 | 3 | Forbes, Time y Spectator |
| Televisión | 0 | 1 | 1 | CBS |
| Vídeo | 3 | 3 | 6 | La Contra TV, Experto en igualdad... |
| Web específica/blog | 6 | 1 | 7 | Maltratos falsos, Mereces saberlo... |
| TOTAL | 20 | 20 | 40 | 35 fuentes distintas |

Tabla 2. Definición y ejemplos de las variables de los niveles de falsedad

| NIVEL DE FALSEDAD | DEFINICIÓN | EJEMPLO |
|-----------------------------|--|--|
| Titular | El titular realiza una afirmación que, de no leer el cuerpo de la noticia, no se desmiente | <i>El mito de la brecha salarial, La hermana de Ana Botella asegura que la brecha salarial existe por "falta de formación"...</i> |
| Definición | Se realiza un análisis justificado en una incorrecta o parcial definición del tema en cuestión y/o sus competencias abarcadas | «Más del 90% de los asalariados cobran según convenio: a igual cargo, igual salario, se llame Pepe o María». |
| Análisis datos | Los datos proporcionados o su fuente son completamente erróneos o los datos son correctos pero se ven tergiversados por un mal análisis | «Otras razones por las que se presenta denuncia falsa es que con la denuncia se consigue en el proceso de divorcio la custodia de los niños»... |
| Descontextualización | Los datos ofrecidos pueden o no ser verídicos, pero se descontextualizan con tal de utilizarlos a favor de la línea de pensamiento del autor | «[...] Podemos reconozca que la brecha salarial "no se explica tanto por la diferencia de remuneración en los mismos puestos" significa que no existe la famosa discriminación laboral [...]». |
| Invencción | La información presentada carece de rigor, no se puede sostener e incluso se trata de una mentira | «[...] efectúan cada pocos semestres lo que denominan Macro-Encuesta sobre violencia doméstica sin rigor científico alguno pues, además de emplear el sesgo metodológico de sólo preguntar a mujeres [...]». |

Aun habiendo separado tan claramente los medios, debe tenerse en cuenta que más de uno enlaza a otro con tal de complementar la información ofrecida, por lo que la fuente principal puede ser un diario que, a su vez, enlaza a una web específica o vídeo, por ejemplo. Aun así, la mayoría resultan ser prensa digital o webs específicas. Además, también debe considerarse que pese a que algunas de las fuentes se enmarcan como artículos de opinión, su alto nivel de propagación, impacto en buscadores y número de respuestas las hacen merecedoras de pertenecer al análisis, por lo que han sido añadidas al estudio sin distinción respecto a una noticia formal o vídeo informativo, por ejemplo.

Ya por último en lo referente a las fuentes informativas, se ha establecido el siguiente libro de códigos con tal de establecer unas pautas en base a las que realizar el análisis de

contenido:

| | |
|-----------------------|---|
| 1. Enfoque de género | 1.1. Empoderamiento 1.2. Implicación del Gobierno 1.3. Mujer cuidadora 1.4. Machismo institucional 1.5. Machismo social |
| 2. Enfoque social | 2.1. Estudio radical 2.2. No estudio |
| 3. Falta de rigor | 3.1. Falta de especialización 3.2. Inmediatez 3.3. Sensacionalismo |
| 4. Vía de supervisión | 4.1. Externa especializada 4.2. Externa no especializada 4.3. <i>Fact checking</i> interno |

Figura 1. Libro de códigos

Tabla 3. Definición y ejemplos de las variables del libro de códigos

| | | DEFINICIÓN | EJEMPLO |
|-------------------|---------------------------------|--|---|
| ENFOQUE DE GÉNERO | Culpabilidad de la mujer | Tendencia a inculpar a la mujer, ya sea directa o indirectamente, de aquellas situaciones en las que se encuentra en inferioridad de condiciones debido a su género. | «[...] las mujeres eligen estudiar carreras peor remuneradas, trabajos y turnos menos peligrosos, horarios más flexibles; y aparte, se suelen quedar embarazadas y dedicar más tiempo que los hombres a la crianza y a la educación de los hijos, lo cual acaba afectando su experiencia laboral y cualificación profesional, haciéndolas a la vista de un empresario (o empresaria, claro) más improductivas y caras.» |
| | Empoderamiento | Adquisición o refuerzo de las capacidades, estrategias e incluso protagonismo de las mujeres. | «Sin vacilación afirma que los altos cargos ejecutivos son apetecibles para las mujeres. “Nosotras tenemos tanto deseo de crecimiento como cualquier hombre. Es un tema de deseos de superación, crecimiento, desarrollo, logro, y triunfo”.» |
| | Implicación del Gobierno | Declaraciones de personajes políticos y alusiones a leyes, estudios oficiales del Estado o personajes/partidos políticos. | «Naturalmente, el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, y el resto de líderes políticos, lo saben, pero nadie quiere enfrentarse a lo políticamente correcto. Un panorama muy triste el de esta España del siglo XXI.» |
| | Machismo institucional | Vínculo del machismo con las decisiones oficiales tomadas por organismos estatales. | «La queja por esta diferencia es que la culpa es del sistema patriarcal, del machismo y de la creencia de que el cuidado de los hijos debe recaer en la mujer. Y se defiende la promoción de mujeres en la ciencia, por ejemplo, y de hombres en sanidad.» |
| | Machismo social | Vínculo entre el machismo creado por una sociedad patriarcal y las conductas que ésta origina. | «El principal motivo por el que las mujeres suelen interponer este tipo de denuncias es para quedarse con la custodia de los hijos, aunque otras mujeres denuncian a sus parejas por motivos económicos o simplemente por despecho.» |
| ENFOQUE SOCIAL | Estudio radical | Análisis de la situación actual de la mujer desde la raíz del problema, poniendo énfasis en los cimientos de la sociedad actual y cómo se ha llegado a ella. | «La presidenta del Observatorio y vocal del Poder Judicial tiene una percepción diametralmente opuesta. La retirada de la denuncia, para Carmona, se circunscribe en muchas ocasiones a que la mujer subsumida en el círculo de la violencia sufre el síndrome de la mujer maltratada. La víctima está anulada y, aún después de haber formulado la denuncia, utiliza la dispensa como forma de huir del proceso y evitar que su agresor pueda ser castigado. Lo hace por temor a su reacción, a lo que se unen sentimientos de culpa y vergüenza.» |
| | Sin estudio | Falta de análisis sociológico de la situación actual y cómo se ha llegado a ella. | « Las mujeres hacen menos horas extras y menos actividades extra, lo que conlleva que cobren menos plusones que los hombres. Pues háganlas.» |

| | | | |
|---------------------------|---------------------------------|--|---|
| FALTA DE RIGOR | Falta de especialización | Falta de especialización no solo en el ámbito en sí, sino incluso en el tema que se está tratando, ya sea porque no se ha estudiado o porque queda presente un correcto análisis de los datos. | «Además, es fácil encontrar multitud de informes independientes, elaborados por asociaciones y colectivos que incluso sostienen la correlación entre los fondos europeos canalizados para las políticas de género y el incremento de las denuncias falsas.» |
| | Inmediatez | Apremio por publicar la información, aunque esto implique la no realización de un <i>fact checking</i> . | «Una simple búsqueda con Google nos muestra la publicación de unas cuantas, casi todas en diarios regionales, curioso contraste provinciano con la cobertura nacional que se le da a la VioGen oficial.» |
| | Sensacionalismo | Contenido cuya función principal es impactar al lector, instando así su rápida propagación. | «[...] el ama de casa ya se sabe que es imbécil y no merece día [...]» |
| VÍA DE SUPERVISIÓN | Externa especializada | Supervisión de la información ofrecida por una fuente externa a la principal y que está especializada en la temática tratada. No tiene por qué ser en materia de género, sino en un ámbito que envuelve de manera directa la información de la que se habla en la fuente. Se incluyen aquí otros diarios, pues se presupone que realizan un <i>fact checking</i> que permite hablar de periodismo de calidad. También organizaciones lo suficientemente importantes e influyentes como para creer que realizan un profundo ejercicio de análisis (ej. Oxfam y Naciones Unidas) . | «Como que según datos del mismo CGPJ, entre los años 2004 y 2015, más de un millón de denuncias interpuestas por violencia de género fueron archivadas, no estaban probadas o incluso son consideradas simulaciones de delito.» |
| | Externa no especializada | Supervisión de la información ofrecida por una fuente externa a la principal y que no está especializada en la temática tratada. No solo la aparición de su nombre, sino también todas las citas, tanto directas como indirectas, así como las referencias cuando alguien cita a otras personas de su grupo. | «Numerosos informes independientes apuntan a que los datos reales están más cercanos a lo que podríamos considerar un problema general que un caso aislado.» |
| | Fact checking interno | Comprobación por parte de la misma fuente de que la información ofrecida es verídica y de calidad. También se incluyen los propios análisis de datos oficiales. | «Una vez realizadas todas estas correcciones para comparar sueldos entre hombres y mujeres en mismas condiciones "la brecha salarial no explicada" ronda el 5,5%, lo cual no significa que no se pueda justificar por otros motivos que no recogen en detalle las estadísticas [...]» |

Una vez recogidos los resultados que demuestran la significativa existencia de información falsa sobre discursiva de género, la encuesta permite conocer aquello que opinan los ciudadanos de a pie sobre varios temas relacionados con el discurso de género, a la vez que proporciona información sobre las principales fuentes de obtención de dicho contenido y la meticulosidad con que se han escogido las fuentes (véase el anexo 2). Además, permite averiguar si el usuario ha llegado a contrastar los datos o informarse con mayor profundidad sobre alguno de los temas abordados o, si por el contrario, los ha tomado como verdaderos desde un principio.

En la actualidad, no existen estudios que señalen un perfil concreto de potencial usuario de riesgo o creyente de noticias falsas, puesto que todos argumentan que pese a conocer la existencia de éstas y/o haber nacido en plena era digital, toda persona sufre el mismo nivel de riesgo: las nuevas generaciones por haber nacido en plena era digital bajo una formación limitada para detectarlas y las personas mayores de 55 años por esta misma falta acompañada de un menor interés en la contrastación de datos (Simple Lógica y Psicología del Testimonio, 2017). Asimismo, el único estudio que investiga la relación de las noticias falsas con el discurso de género data de este mismo año (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2018). Pese a estar realizado por el CAC, organismo de gran envergadura y relevancia, este no establece ningún tipo de perfil concreto ni estudia al usuario en sí mismo. Atendiendo a estas razones, se ha decidido establecer como población toda aquella persona comprendida entre 15-44 años residente en Cataluña, puesto que son los mayores consumidores de medios —sobre todo los más estudiados como son prensa digital e Internet (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2018)—y la comunidad autonómica desde la que se realiza el estudio y, por tanto, la más abarcable. Estableciendo esta segmentación y según los últimos datos de IDESCAT (Institut d'Estadística de Catalunya, 2017), la población asciende a 3240813 habitantes. Para acotar más esta cifra, se aplica el porcentaje de penetración de los medios a cada uno de los grupos de edad (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2018), reduciendo así la población a 2663620 usuarios. Una vez acotada la población y calculado el error muestral en base a un nivel de confianza del 95% y una heterogeneidad de la población del 50%, se obtiene que para 370 encuestas el error es de 5,09, es decir, el suficiente como para considerar el estudio válido y representativo.

Con tal de conseguir estos 370 encuestados, se ha realizado la encuesta vía online, puesto que este medio es el de menor coste y ofrece la posibilidad de que se comparta con gente más allá del círculo cercano e incluso contactar mediante mensajes directos individuales o grupales con aquellos usuarios consumidores de las fuentes analizadas. Debido a esta última característica y al carácter sensible de los temas tratados, todas las encuestas han sido realizadas bajo el más absoluto anonimato. Asimismo, la encuesta (véanse los anexos) está conformada por tres secciones claramente diferenciadas: información general y sociodemográfica, opinión personal sobre las dos cuestiones de género analizadas y estudio de campo. Cabe destacar que la sección de información sociodemográfica queda en último lugar con tal de que cuestiones como el género del encuestado no afecten en las respuestas, y menos en un estudio de esta temática. En total la encuesta recoge 33 preguntas —28 de ellas obligatorias—, en su gran mayoría cerradas o bajo una escala de Likert, la cual es impar con tal de obligar a un posicionamiento marcado y descartar la neutralidad y/o arbitrariedad. Además, se ofrecen respuestas abiertas en aquellas preguntas que implican un posible procedimiento de *fact checking* o estudio de los medios consumidos.

En resumen, se trata de un estudio transversal con muestreo tanto probabilístico como no probabilístico; se utiliza un muestreo estratificado para relacionar grupos de consumidores de medios específicos —contacto de consumidores de diferentes ideologías para comparar respuestas de la encuesta— a la vez que se realiza un muestro no probabilístico por conveniencia de cercanía regional y de bola de nieve —se contacta con usuarios recomendados por aquellos obtenidos del muestreo estratificado. Es a partir de la contrastación de esta información y el análisis realizado como se ha establecido una serie de conclusiones que muestran e ilustran los puntos clave del principal objetivo señalado. El propósito final es demostrar que existe una relación e influencia visible de la información falsa en la creación de un discurso de género propio, el cual en ocasiones resulta haber sido formado en base a información errónea y, por tanto, resulta objetivamente refutable.

RESULTADOS

Resultados análisis de contenido

Primeramente se debe destacar el apartado de nivel de falsedad, en el cual se tienen en cuenta 5 variables diferentes que no solo aparecen en prácticamente la mitad de las fuentes analizadas, sino que con frecuencia se repiten, llegando incluso a aparecer una de ellas hasta 6 veces en una misma fuente (véase la tabla 4).

Tabla 4. Niveles de falsedad de las fuentes informativas

| NIVEL FALSEDAD | VIOLENCIA GÉNERO | | BRECHA SALARIAL | | TOTAL | |
|----------------------|------------------|-----------------------|-----------------|-----------------------|------------|-----------------------|
| | Nº fuentes | Nº total repeticiones | Nº fuentes | Nº total repeticiones | Nº fuentes | Nº total repeticiones |
| Titular | 8 | 8 | 16 | 16 | 24 | 24 |
| Definición | 6 | 7 | 15 | 28 | 21 | 35 |
| Análisis datos | 8 | 16 | 15 | 38 | 23 | 54 |
| Descontextualización | 12 | 19 | 6 | 9 | 18 | 28 |
| Invencción | 11 | 22 | 6 | 7 | 17 | 29 |

Partiendo de tan altos niveles de falsedad, no resulta extraño encontrarse con estas mismas cifras en el análisis de contenido mediante el libro de códigos. Aun partiendo de un libro con 13 variables que abarcan un amplio abanico de posibilidades, a lo largo del análisis surgieron 3 nuevas variables de manera inductiva. Dichas variables son las de culpabilidad de la mujer, creación de dudas y cuestionamiento, y forman parte de las categorías enfoque de género y falta de rigor, respectivamente. La primera, culpabilidad de la mujer, hace referencia a la tendencia a inculpar a la mujer, ya sea directa o indirectamente, de aquellas situaciones en las que se encuentra en inferioridad de condiciones debido a su género (véase el ejemplo 1). En segundo lugar, la creación de dudas manifiesta todas aquellas fórmulas seguidas con la única intención de sembrar desconfianza hacia el tema tratado (véase el ejemplo 2). Por último, el cuestionamiento expone cómo, a través de distintas maneras al formular sentencias, se puede poner en duda la existencia del problema en cuestión o que incluso se esté luchando contra él (véase el ejemplo 3).

[...] las mujeres eligen estudiar carreras peor remuneradas, trabajos y turnos menos peligrosos, horarios más flexibles; y aparte, se suelen quedar embarazadas y dedicar más tiempo que los hombres a la crianza y a la educación de los hijos, lo cual acaba afecta su experiencia laboral y cualificación profesional, haciéndolas a la vista de un empresario (o empresaria, claro) más improductivas y caras.

Ejemplo 1. Ejemplo de un caso de culpabilidad de la mujer

Hemos de suponer que el muestreo se realizó de forma aleatoria, y las visitas se realizaron sin denuncia previa...

Ejemplo 2. Ejemplo de un caso de creación de dudas

Este ‘problema’ ha unido a PSOE, Ciudadanos y Podemos mientras que el PP recela aunque tampoco protesta demasiado [...]

Ejemplo 3. Ejemplo de un caso de cuestionamiento

Pese haber llegado a ellas inductivamente, resultan variables potencialmente útiles y representativas. En lo referente a la culpabilidad de la mujer, su frecuencia de aparición es del 45% en las fuentes sobre brecha salarial, abarcando un mínimo del 5,21% y un máximo del 41,18% del total del texto; mientras que en las fuentes de falsas denuncias por violencia de género la frecuencia es del 20%, abarcando un mínimo del 4,86% y un máximo del 31,7% sobre el total del texto. En cuanto a la creación de dudas, su frecuencia es del 35% en las fuentes sobre brecha salarial, abarcando mínimamente un 2,52% y máximamente un 7,68% del total del texto; mientras que en las fuentes de falsas denuncias la frecuencia es del 60%, abarcando un mínimo del 3,86% y un máximo del 100% sobre el total del texto. Para el cuestionamiento, la frecuencia desciende al 25% en las fuentes sobre brecha salarial, con un mínimo del 2,43% y un máximo del 13,33% del total; mientras que en las fuentes de sobre violencia de género la frecuencia es únicamente del 10%, abarcando un mínimo del 9,85% y un máximo del 21,38% sobre el total (véanse las tablas 5 y 6).

Tabla 5. Total estadístico por variable en las fuentes de brecha salarial

| | | FUENTES | REFERENCIAS | FRECUENCIA | MÍNIMO TOTAL TEXTO | MÁXIMO TOTAL TEXTO |
|---------------------------|------------------------------|---------|-------------|------------|--------------------|--------------------|
| ENFOQUE DE GÉNERO | Machismo social | 17 | 46 | 85% | 5,1% | 60,6% |
| | Implicación del Gobierno | 16 | 35 | 80% | 3,2% | 81,5% |
| | Mujer cuidadora | 9 | 19 | 45% | 3,4% | 52,2% |
| | Culpabilidad de la mujer | 9 | 15 | 45% | 5,2% | 41,2% |
| | Machismo institucional | 4 | 5 | 20% | 1,8% | 58,7% |
| | Empoderamiento femenino | 1 | 4 | 5% | 7,4% | 7,4% |
| ENFOQUE SOCIAL | Sin estudio | 18 | 48 | 90% | 5,1% | 50% |
| | Estudio radical | 3 | 6 | 15% | 4,5% | 27,4% |
| FALTA DE RIGOR | Falta de especialización | 18 | 52 | 90% | 2% | 60,3% |
| | Sensacionalismo | 10 | 15 | 50% | 3,9% | 73,2% |
| | Creación de dudas | 7 | 8 | 35% | 2,5% | 7,7% |
| | Cuestionamiento | 5 | 5 | 25% | 4,4% | 13,3% |
| | Inmediatez | 2 | 2 | 10% | 13,0% | 23,6% |
| VÍA DE SUPERVISIÓN | Externa especializada | 13 | 39 | 65% | 3,0% | 38% |
| | Externa no especializada | 5 | 17 | 25% | 1,2% | 99,4% |
| | <i>Fact checking</i> interno | 9 | 14 | 45% | 0,8% | 34,7% |

Tabla 6. Total estadístico por variable en las fuentes de falsas denuncias de violencia de género

| | | FUENTES | REFERENCIAS | FRECUENCIA | MÍNIMO TOTAL TEXTO | MÁXIMO TOTAL TEXTO |
|---------------------------|------------------------------|---------|-------------|------------|--------------------|--------------------|
| ENFOQUE DE GÉNERO | Implicación del Gobierno | 15 | 70 | 75% | 6,7% | 89,5% |
| | Machismo social | 12 | 19 | 60% | 6,2% | 100% |
| | Culpabilidad de la mujer | 4 | 4 | 20% | 4,9% | 31,7% |
| | Empoderamiento femenino | 1 | 1 | 5% | 7,5% | 7,5% |
| | Machismo institucional | - | - | - | - | - |
| | Mujer cuidadora | - | - | - | - | - |
| ENFOQUE SOCIAL | Sin estudio | 16 | 38 | 80% | 7,2% | 100% |
| | Estudio radical | 2 | 2 | 10% | 7,1% | 9,3% |
| FALTA DE RIGOR | Falta de especialización | 19 | 77 | 95% | 20% | 100% |
| | Sensacionalismo | 15 | 40 | 75% | 6,5% | 100% |
| | Creación de dudas | 12 | 24 | 60% | 3,9% | 100% |
| | Inmediatez | 3 | 8 | 15% | 5,3% | 60,5% |
| | Cuestionamiento | 2 | 2 | 10% | 9,9% | 21,4% |
| VÍA DE SUPERVISIÓN | Externa especializada | 12 | 54 | 60% | 6,4% | 95,3% |
| | Externa no especializada | 15 | 36 | 75% | 1,1% | 71% |
| | <i>Fact checking</i> interno | 12 | 27 | 60% | 6,5% | 100% |

Asimismo, si se recogen los resultados de las 16 variables a lo largo de las 40 fuentes informativas, se establece un total de 732 referencias distintas donde se llegan a repetir hasta 286 veces los códigos. En el caso de la brecha salarial, se dan 330 referencias con 146 repeticiones de los códigos, siendo el más repetido el de enfoque de género con 124 referencias, seguido del de falta de rigor con 82 (véase el gráfico 1). Si se pasa al caso de las falsas denuncias por violencia de género, se dan 402 referencias a lo largo de 140 repeticiones de los códigos, siendo el más repetido el de falta de rigor con 152 referencias, seguido de la vía de supervisión con 117 (véase el gráfico 2).

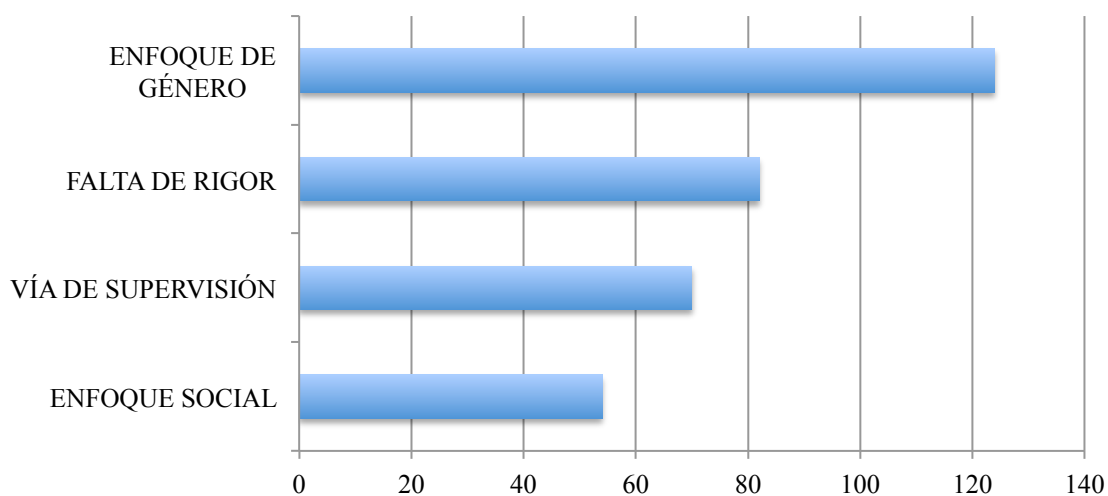


Gráfico 1. Número de repeticiones de cada código en las fuentes de brecha salarial

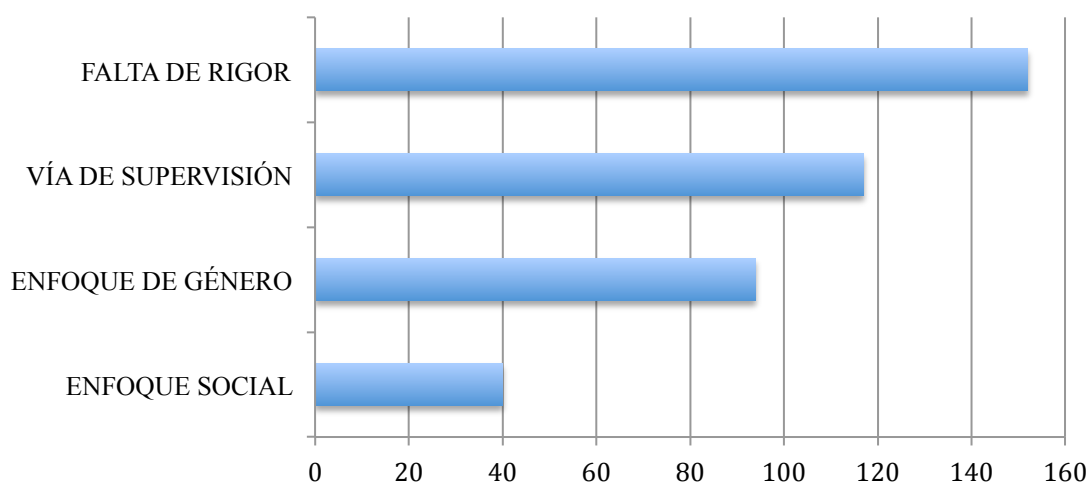


Gráfico 2. Número de repeticiones de cada código en las fuentes de falsas denuncias por violencia de género

Asimismo, si se comparan estos mismos códigos con el medio en que quedan publicadas las fuentes, la mayoría de referencias a nivel absoluto se dan en los diarios. Si estos datos se expresan en porcentajes, con tal de comparar según el número de

fuentes existentes por medio, las webs específicas/blogs acumulan casi un 10% más de referencias, alzándose así como a las contenedoras de mayor número de referencias (véanse las tablas 7 y 8).

Tabla 7. Número absoluto de códigos por fuente informativa

| CÓDIGOS | FUENTE INFORMATIVA | | | | | TOTAL GENERAL |
|---------------------------|--------------------|-----------|------------|-----------|---------------------|---------------|
| | Diario | Revista | Televisión | Vídeo | Web específica/blog | |
| Enfoque de género | 143 | 19 | 5 | 12 | 39 | 218 |
| Enfoque social | 54 | 8 | 5 | 8 | 19 | 94 |
| Falta de rigor | 107 | 11 | 3 | 25 | 88 | 234 |
| Vía de supervisión | 85 | 20 | 5 | 9 | 68 | 187 |
| TOTAL | 388 | 58 | 18 | 54 | 214 | 732 |

Tabla 8. Número relativo de códigos por fuente informativa

| CÓDIGOS | FUENTE INFORMATIVA | | | | |
|---------------------------|--------------------|---------------|--------------|-------------|---------------------|
| | Diario | Revista | Televisión | Vídeo | Web específica/blog |
| Enfoque de género | 7,2% | 6,9% | 5,5% | 2,2% | 5,4% |
| Enfoque social | 2,7% | 3% | 5,5% | 1,4% | 2,6% |
| Falta de rigor | 5,3% | 45% | 3,3% | 4,6% | 12,1% |
| Vía de supervisión | 4,25% | 7,4% | 5,5% | 1,7% | 9,4% |
| TOTAL | 19,45% | 21,35% | 19,8% | 9,9% | 29,5% |

Por último, si este mismo procedimiento se aplica a los distintos niveles de falsedad recogidos ya en la metodología, se obtienen los mismos resultados, pues a nivel absoluto los diarios gozan de un mayor número de referencias, pero a nivel comparativo las webs específicas/blogs suman casi un 10% más de referencias (véanse las tablas 9 y 10).

Tabla 9. Número absoluto de códigos de nivel de falsedad por fuente informativa

| VARIABLES | FUENTE INFORMATIVA | | | | | TOTAL GENERAL |
|-----------------------------|--------------------|-----------|------------|-----------|---------------------|---------------|
| | Diario | Revista | Televisión | Vídeo | Web específica/blog | |
| Análisis de datos | 27 | 3 | 4 | 6 | 14 | 54 |
| Definición | 18 | 4 | 0 | 8 | 5 | 35 |
| Descontextualización | 9 | 0 | 0 | 9 | 10 | 28 |
| Invencción | 14 | 1 | 0 | 2 | 12 | 29 |
| Titular | 10 | 3 | 1 | 5 | 5 | 24 |
| TOTAL | 78 | 11 | 5 | 30 | 46 | 170 |

Tabla 10. Número relativo de códigos de nivel de falsedad por fuente informativa

| VARIABLES | FUENTE INFORMATIVA | | | | |
|-----------------------------|--------------------|------------|---------------|---------------|---------------------|
| | Diario | Revista | Televisión | Vídeo | Web específica/blog |
| Análisis de datos | 5,2% | 4,35% | 17,3% | 4,35% | 7,8% |
| Definición | 3,5% | 5,6% | 0% | 5,6% | 2,6% |
| Descontextualización | 1,7% | 0% | 0% | 6,5% | 5,6% |
| Invención | 3% | 1,7% | 0% | 1,3% | 6,5% |
| Titular | 2,2% | 4,35% | 4,35% | 3,9% | 2,6% |
| TOTAL | 15,6% | 16% | 21,65% | 21,65% | 25,1% |

Resultados encuestas

Se ha recogido un total de 210 respuestas, de las cuales 20 han tenido que ser descartadas debido al incumplimiento de los requisitos sociodemográficos además de un gran número de respuestas peyorativas bajo una voluntad claramente de entorpecer el estudio —los comúnmente llamados *troleos*. Los resultados pues quedan agrupados en base a las 190 respuestas válidas obtenidas. Además, se crearon dos encuestas *online* totalmente idénticas: una primera para compartir en los círculos más cercanos y una segunda que enviar a desconocidos y ambientes menos fiables —esta última decisión se tomó con el fin de poder controlar el nivel de las ya comentadas respuestas de carácter peyorativo. Estos usuarios desconocidos fueron escogidos desde redes sociales como Facebook o Twitter, dos de las principales redes de consumo y difusión de información, y contactados mediante un mensaje privado.

Tal y como muestra el análisis sociodemográfico, el perfil medio del encuestado se trata de una mujer joven de 15 a 29 años con tendencia a informarse sobre los temas de actualidad, aunque de esa media de 1-5 horas diarias dedicadas a Internet, entre menos de 1 hora y 2 horas son destinadas a informarse. Cabe también destacar que los resultados se encuentran muy centralizados geográficamente, ya que un 37% de los encuestados reside en el Bajo Llobregat, un 34% en el Barcelonés y un 12% en el Vallés Oriental. Del total de encuestados, un 64% suele invertir entre 1 y 5 horas diarias a Internet, dedicando en un 87% entre menos de 1 hora y 2 horas a informarse. De los siete medios diferentes ofrecidos, el más consultado con diferencia a la hora de informarse son las redes sociales, seguidas de la prensa digital (véase el gráfico 3).

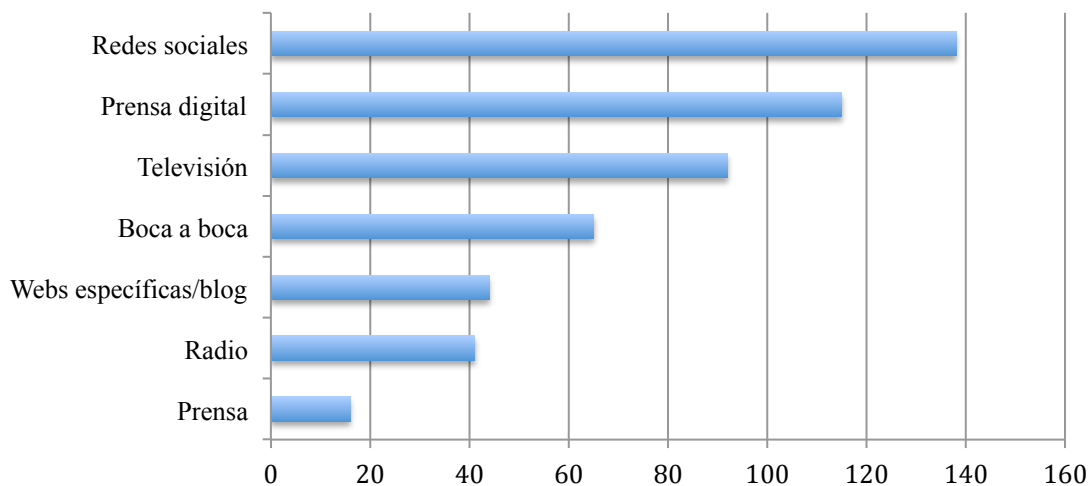


Gráfico 3. Tipos de fuentes más consultadas

Se debe añadir que la mayoría de usuarios no presta atención ni al editor ni al escritor pese a conocer la existencia de noticias falsas, preocuparles y afirmar realizar algún proceso de *fact checking* para luchar contra ellas. Asimismo, un 44% se informa en otro idioma a parte de castellano y catalán, ocupando los principales puestos el inglés, con más de un 90%, y el francés, con poco más de un 10%.

Si bien los resultados generales de ambas encuestas son similares, existen pequeñas e interesantes variaciones en lo referente al segundo bloque, los casos de estudio. Para dejar constancia de dichas diferencias, se han realizado los siguientes gráficos, los cuales exponen los resultados de ambas encuestas por separado y en conjunto (véanse los gráficos 4 y 5). Aunque primeramente debe tenerse en cuenta las piezas recogidas (véase el anexo 2). En lo referente a la brecha salarial, la primera pieza plantea el deber de trabajar del hombre en vez de hacerlo la mujer, la segunda el techo de cristal, la tercera una supuesta falta de formación femenina, la cuarta una generación de desigualdad a causa de las tareas domésticas y la última una brecha salarial amparada por unos estereotipos machistas que vinculan la mujer con los trabajos de sectores peor remunerados. En lo referente a las falsas denuncias por violencia de género, la primera pieza plantea la posibilidad de denunciar a la ligera hechos que nada tienen que ver con un maltrato real, la segunda el porcentaje real de denuncias falsas, la siguiente datos no oficiales sobre hombres asesinados a manos de su pareja, la cuarta sugiere que el principal motivo para denunciar es quedarse con la custodia de los hijos y la última que existe un elevado número de denuncias falsas archivadas.

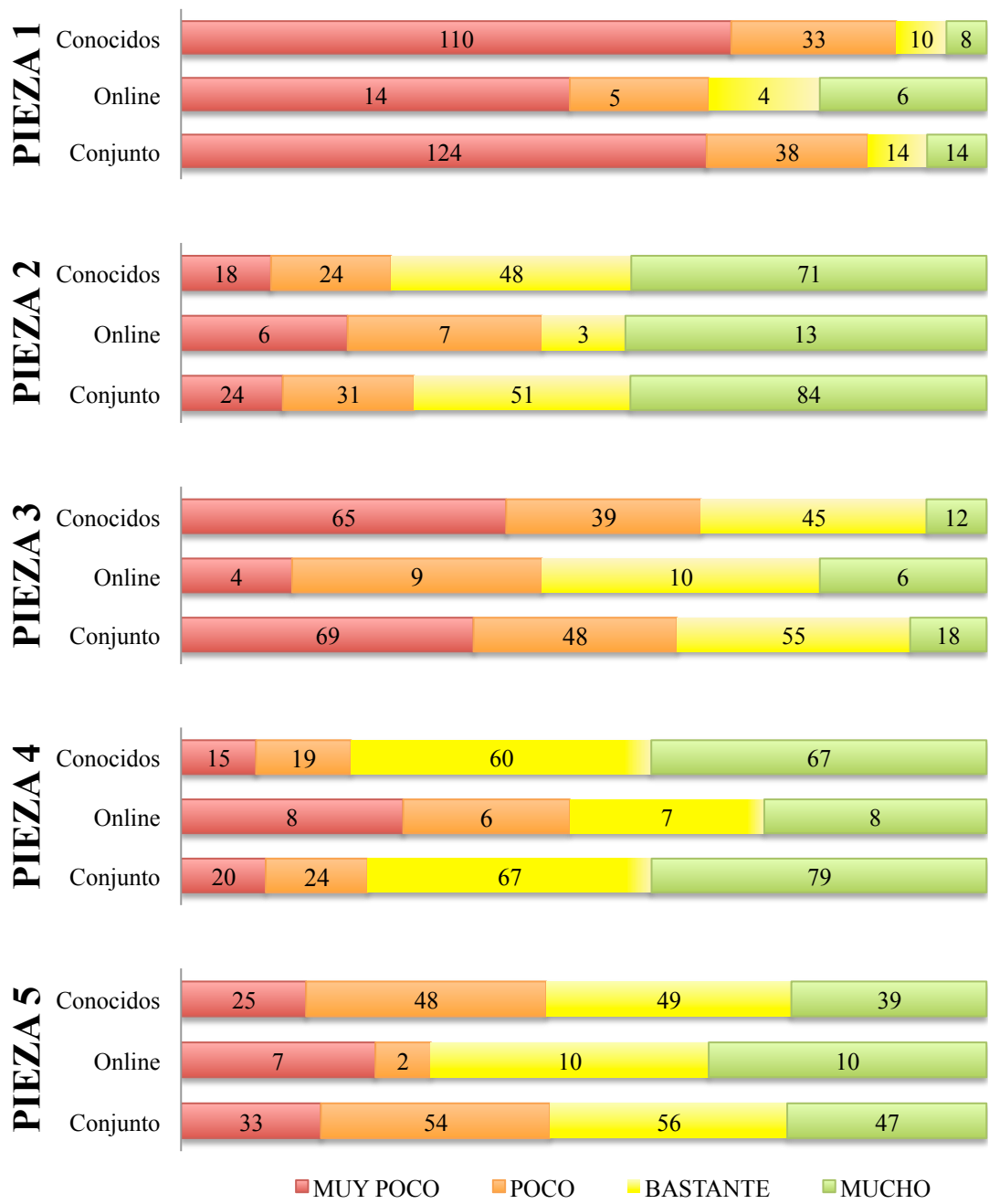


Gráfico 4. Grado de acuerdo del bloque 2 sobre brecha salarial

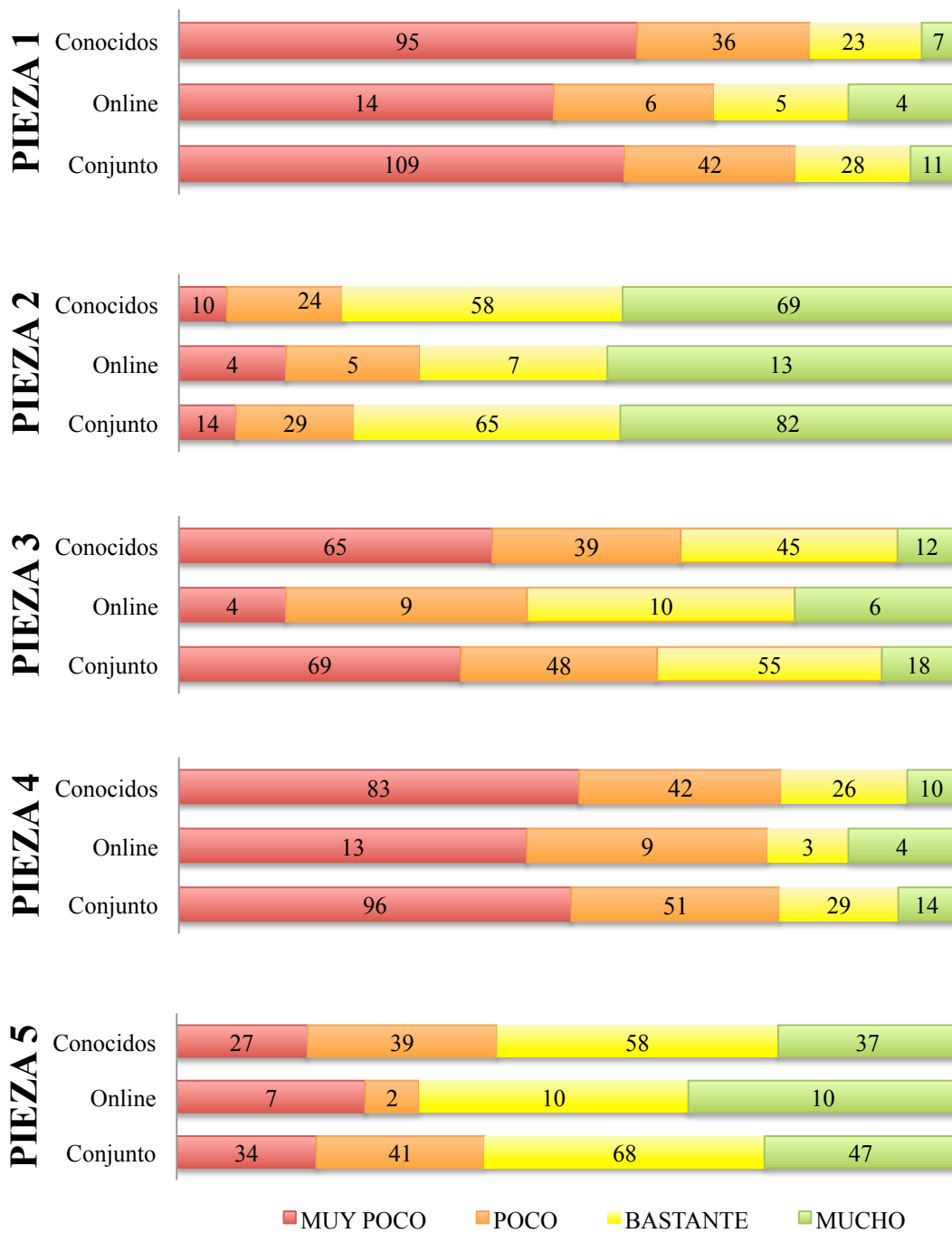


Gráfico 5. Grado de acuerdo del bloque 2 sobre denuncias por violencia de género

Ya por último cabe destacar los resultados de las afirmaciones que cierran el tercer bloque. Más del 50% de los encuestados reconoce la situación de inferioridad de derechos que vive la mujer y la existencia de engaños que circulan por los medios de comunicación, independientemente de hacer algo al respecto a posteriori. Además, recalcan la insuficiencia de información diaria sobre discursiva de género, al igual que de políticas de género.

DISCUSIÓN

Discusión análisis de contenido

Primeramente cabe destacar el hecho de que independientemente cual fuese el caso de estudio, brecha salarial o denuncias por violencia de género, la variable que se repetía con mayor frecuencia era la falta de especialización, seguida de un enfoque sin estudio. Si se habla de brecha salarial, la falta de especialización se encuentra con una frecuencia del 90%, la misma que la falta de estudio, pero con la diferencia de que la primera variable llega a abarcar un 60,34% del total del texto, mientras el máximo abarcado por la segunda es del 50,02%. Aun existiendo una diferencia del 10%, ambas cifras superan la mitad del texto en cuestión, por lo que se tratan de variables de suma importancia (véanse los gráficos 6 y 7).

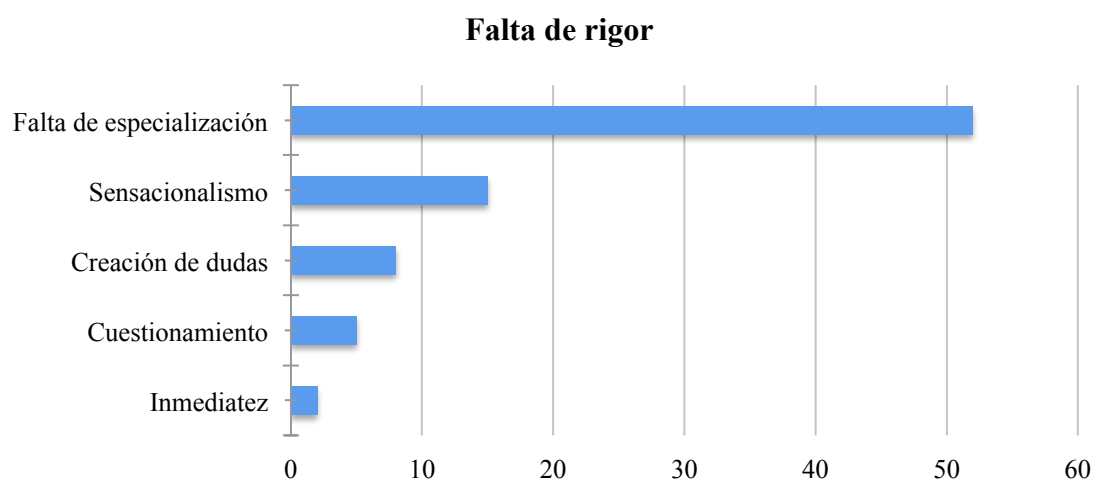


Gráfico 6. Número de referencias del código falta de rigor

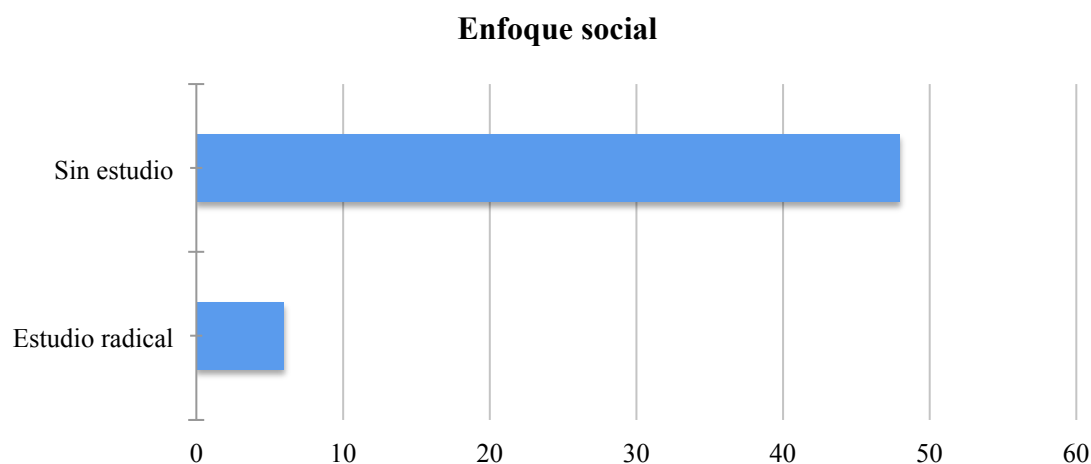


Gráfico 7. Número de referencias del código enfoque social

Si se toma por caso las falsas denuncias por violencia de género, se encuentra que la frecuencia de falta de especialización aumenta al 95%, mientras que la de un enfoque sin estudio disminuye al 80% (véanse los gráficos 8 y 9). No obstante, en ambos casos el texto ha llegado a estar compuesto al 100% por ambas variables.

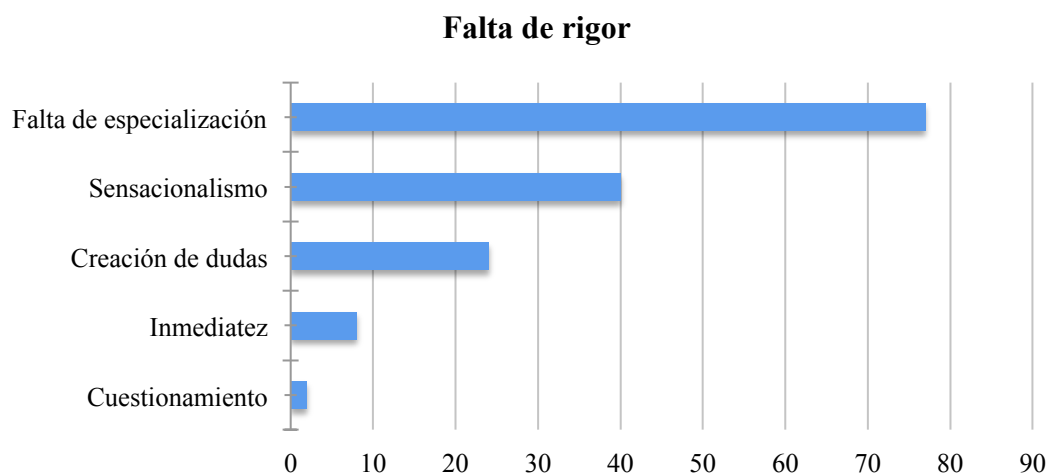


Gráfico 8. Número de referencias del código falta de rigor

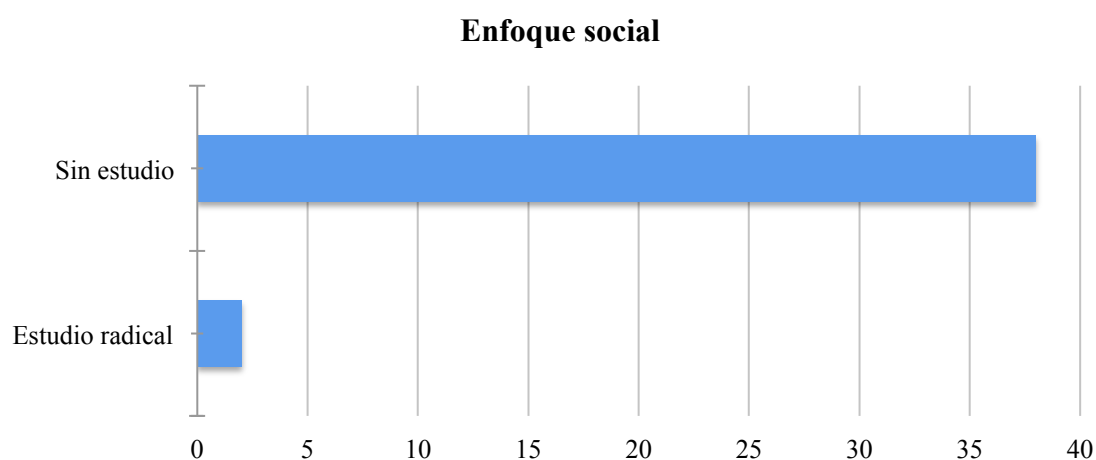


Gráfico 9. Número de referencias del código enfoque social

En el caso contrario se encuentra el empoderamiento femenino, que se alza como la variable menos asidua con una frecuencia del 5% en ambos casos. Por encima de esta se encuentra la inmediatez con un 10%, en el caso de la brecha salarial, y el estudio radical con un 10%, en el caso de las denuncias por violencia de género (véanse los gráficos 10 y 11).

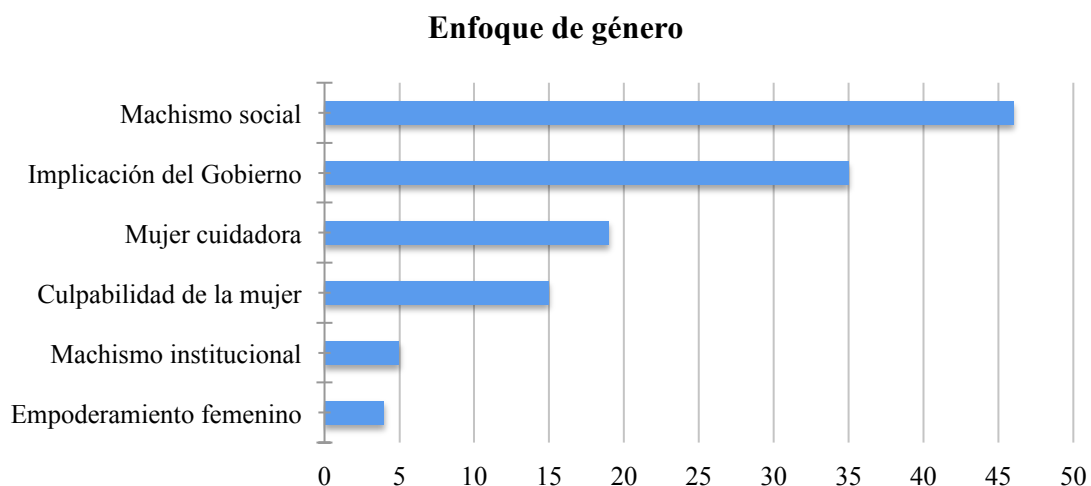


Gráfico 10. Número de referencias en brecha salarial del código enfoque de género

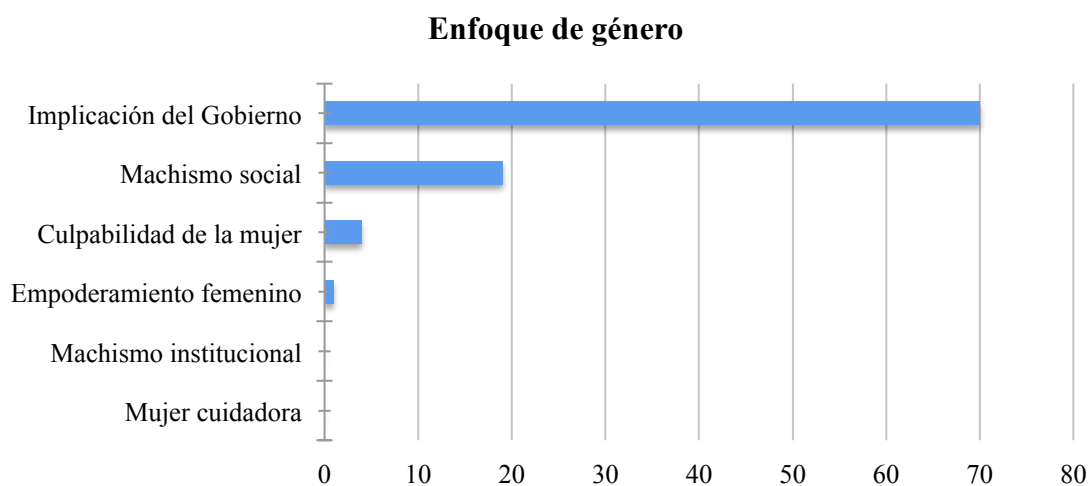


Gráfico 11. Número de referencias en denuncias por violencia de género del código enfoque de género

Además, resulta interesante observar que dos variables desaparecen totalmente en el caso de las denuncias, el machismo institucional y el papel de la mujer como cuidadora, y que son cuatro cuya frecuencia es igual o mayor al 50% en ambos casos: la implicación del Gobierno, el machismo social, el sensacionalismo y la supervisión externa especializada.

El conjunto de estos resultados lleva a afirmar que si bien se ofrece una amplia cantidad de información sobre ambos temas, no se realiza ningún tipo de estudio radical — recordemos que se define como un análisis de la situación actual de la mujer desde la raíz del problema, poniendo énfasis en los cimientos de la sociedad actual y cómo se ha

llegado a ella—, por lo que no se llega a conocer el origen de las desigualdades planteadas. La inexistencia de un estudio de estas características impide reconocer la existencia de un patriarcado sobre el que cualquier persona recibe un conjunto de pautas que parece deber cumplir según su género, poseyendo siempre más libertades y derechos el hombre respecto la mujer. Estas pautas abarcan desde una guía de comportamiento adecuado hasta de gustos. Sin un estudio radical no solo se puede caer en una justificación y simplificación de los actos sin un análisis sociológico que lo respalde, sino que difícil es realizar una lectura correcta de la causa, y más si no se es especialista. Por esta misma razón resulta inverosímil hablar de un empoderamiento femenino y las causas de su auge y rebelión, pero claramente factible caer en el machismo social. Sin este conjunto de variables, por muchos análisis que se realicen, ninguno resultará correcto, pues no se afrontará el problema de raíz, única manera de comprender el recorrido hasta la actualidad, analizar sus causas y plantear sus consecuentes soluciones.

Asimismo, resulta consecuente que una de las variables de menor frecuencia sea la inmediatez, puesto que los casos tratados son de actualidad —y más con la aparición de los casos de la Manada, el MeToo y el YoSíTeCreo—, así que no existe razón para la exposición de unos datos incorrectos debido a la imposibilidad de reacción. Es también por esto mismo que en muchos casos se efectúa una apología a la implicación del Gobierno, ya sea desde las últimas medidas tomadas hasta declaraciones de personajes políticos de gran peso.

Si se pasa a analizar la frecuencia de estos códigos en base a las diferentes fuentes informativas, se puede observar que es en las webs específicas, las revistas y la televisión, respectivamente, donde sobresalen, llegando a darse entre un 19,8% y un 29,5% (véase la tabla 7). En lo que se refiere a las webs específicas, debe tenerse en cuenta que la mayoría son creadas por hombres que poseen algún tipo de relación directa con los casos abarcados², por lo que sus análisis acostumbran a ser mayores y más focalizados en los temas tratados. Además, la mayoría de ellos no son especialistas, por lo que no resulta difícil encontrar errores de análisis e incluso falacias discursivas y un enfoque sensacionalista. Por otro lado, la importancia de encontrar estos códigos en

² Algunos ejemplos se encontrarían en las páginas web *Padres divorciados*, *Mereces saberlo* o *Malos tratos falsos*.

la televisión no recae únicamente en su porcentaje de frecuencia, sino en el alto consumo de este medio que, además, se encuentra en cualquier lugar con una mayor facilidad respecto a una web específica. No solo debe tenerse en cuenta su repercusión directa a través del visualizado en directo, sino de todas las visualizaciones posteriores que pueden darse gracias a la existencia de la televisión a la carta y plataformas de difusión de contenidos como YouTube.

Asimismo, cabe destacar que no existe relación directa entre las variables propuestas. Si bien es posible que aumente el nivel de falsedad a mayor número de palabras, esto no resulta en una relación directamente proporcional, pues es obvio que existen más posibilidades de hallarse, pero esto no implica que se dé un mayor número de invenciones, por ejemplo. Partiendo de esta base, se puede comprobar que los mayores niveles de relación se encuentran entre las categorías vía de supervisión y falta de rigor (véase el gráfico 12). Aun así, el nivel de relación entre las variables planteadas sigue lejos de ser significativo.

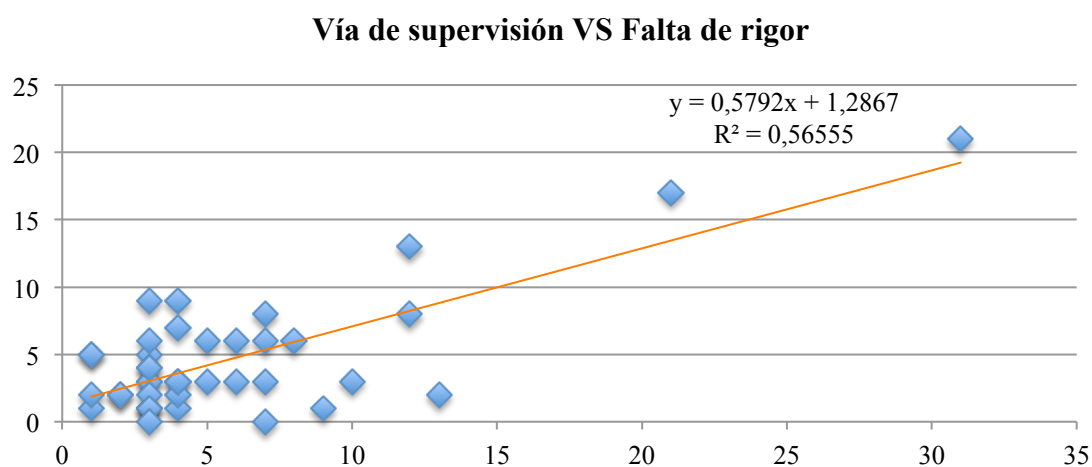


Gráfico 12. Nivel de relación entre la vía de supervisión y la falta de rigor

Por último, resulta necesario resaltar cómo el conjunto de los textos recogidos es analizable también bajo algunas de las variables características de los medios de comunicación, recogidas ya por Gallego en 2002. Si bien ella propone un total de más de quince variables, en los casos que recoge el presente estudio son siete las más destacables:

- Focalización o reducción informativa: a menudo se recoge una sentencia y se trabaja y argumenta toda la información en base a ella. En el caso de la brecha salarial, son

múltiples las ocasiones en que la definición del concepto es incorrecta y, además, tremendamente reducida, por lo que toda la justificación posterior queda prácticamente anulada de forma automática.

- Mecanismo de autorreferencia de los medios y de la autoafirmación de contenidos: no solo pueden encontrarse fallos en el análisis elaborado, sino que la probabilidad de que esto se reconozca o incluso se informe de haber realizado un *fact checking*, resulta prácticamente nula. Además, son varias las ocasiones en que se realizan autorreferencias a contenidos publicados con anterioridad, afirmando así la validez de estos sin comprobar los análisis del artículo primogénito y, por tanto, repitiendo los errores publicación tras publicación. Cabe destacar que el uso o la referenciación a una muestra de datos de entes oficiales no implica que el análisis posterior sea correcto.
- Cosmovisión del género dominante: no solo los escritores de la gran mayoría de las fuentes consultadas son hombres, sino que éstas acostumbran a estar narradas bajo un punto de vista de hombre blanco cisgénero, precisamente quien posee mayores privilegios y se encuentra menos capacitado para denunciar situaciones de desigualdad.
- Implicación personal: son muchas las fuentes redactadas bajo una estrecha relación que une al autor con el caso trabajado, sobre todo cuando se habla de falsas denuncias por violencia de género.
- Sensibilidad especial: resulta fácil encontrar varios artículos de aquella sección de la población que se siente especialmente unida con las causas tratadas.
- Abordaje desde la negación de las diferencias debidas al género: muchas de las fuentes consultadas no solo niegan que exista un problema en base a las denuncias por violencia de género o la brecha salarial, sino que parten de una justificación que rechaza una diferencia en cuestión de género, la cual sentaría sus bases en la conformación del sistema sociológico actual.
- Diferencias de género en base al desconocimiento o la aceptación: muchas veces a consecuencia del punto anterior, se establecen discursos que perpetúan esta serie de desigualdades entre géneros por el mero de tenerlos profundamente arraigados en el discurso o, directamente, desconocer su existencia.

El presente análisis no solo demuestra la viabilidad de una revisión del estudio bajo estas características ya señaladas por Gallego (2002), sino que pone sobre la mesa el gran interés que presume la realización de un estudio complementario a este siguiendo únicamente dichas variables con tal de profundizar en la cuestión trabajada.

Discusión encuestas

Primeramente cabe destacar que un 64% de los encuestados invierte entre 1 y 5 horas diarias a Internet, de las cuales entre menos de 1 hora y 2 horas son destinadas a un proceso de informarse, según asegura un 59% de los encuestados. Además, proporcionalmente son las personas entre 30 y 34 años las que invierten más tiempo a informarse, seguidas de las de entre 20 y 24. No obstante, en las tres franjas de mayor edad se puede observar que ninguno de los encuestados ha dedicado más de 3 horas diarias a informarse, mientras que un 48% del total de encuestados destina menos de 1 hora a hacerlo, siendo las únicas franjas donde el tiempo invertido en proporción es igual o mayor las de 15-19, 25-29, 30-34 y 35-39 años. Por último, destacar que es en las últimas dos franjas donde se puede observar que existe un declive en la duración invertida.

Teniendo claro el tiempo medio invertido, deben considerarse también los medios en que éste es dedicado. Dentro de las principales vías de comunicación consumidas (redes sociales, diarios digitales y televisión), Facebook, Twitter, La Vanguardia, TV3, Antena 3 y La Sexta, se alzan como los medios principales. Del grupo perteneciente a redes sociales, ambas son de las que cuentan con más usuarios, aunque Facebook se alza como una de las grandes vías mediante la cual se propulsan los bulos e información falsa (Jané, 2017). Además, resulta curioso que sea uno de los medios principales, pues bajo ningún concepto informar de las noticias de actualidad es uno de sus objetivos principales y, aun siguiendo a muchos medios de comunicación, son pocas las publicaciones que en total aparecerán en el muro principal. Pese a no haber un número significativo, Instagram también se encuentra como uno de los medios citados. Aquí la sorpresa resulta doble pues no solo su finalidad difiere mucho de la informativa, sino que los principales medios de comunicación no hacen uso de ésta, por lo que la información recibida mediante esta vía es escasa e incluso de dudosa credibilidad. Asimismo, resulta también destacable que el periódico más citado por excelencia sea La Vanguardia, uno de los pocos que puede consumirse gratuitamente en múltiples puntos

a lo largo de toda Cataluña —como son paradas de transporte público, universidades y kioscos— y se tenga poca constancia del resto de prensa española, pues seguido de este están medios como The Huffington Post o el New York Times. En más de una ocasión esta elección ha sido justificada bajo la premisa de que se intenta acudir a medios de mayor prestigio y credibilidad, negando por completo la calidad de la prensa española. Por último, en lo referente a televisión, si bien el canal más consultado es uno autonómico —quizás por los últimos acontecimientos políticos y para contrastar la información de *el procés*—, en segundo lugar se encuentran dos pertenecientes al grupo Planeta. Bajo el sistema mediático en el que se encuentra España, el pluralismo de ambas cadenas entre sí es bastante limitado, hecho que debe tenerse en cuenta para no separar las cadenas por completo.

Al conjunto de esta información general debe sumarse la afirmación de que un 82% conocía la existencia de las noticias falsas y les preocupaban para, dentro de ese rango de usuarios preocupados, aturarse a verificar la información recibida un 66%. Pese a existir un alto porcentaje de encuestados que afirma no realizar ningún *fact checking* de la información consumida, un 64% del total alega conformar su opinión propia objetivamente. A su vez, debe mencionarse que el grupo constituido por los usuarios de entre 35 y 39 años es, con diferencia, el que más asegura realizar un *fact checking* del contenido consumido, con un 73% de los encuestados. Este va seguido por el de 20-24 años, con un 64%, y el de 25-29 años, con un 60%. El resto de grupos no superan el 55%, llegando a bajar a tan solo la mitad de encuestados en el caso del la franja de mayor edad. Esto resulta altamente preocupante, pues es el grupo menos acostumbrado a las nuevas tecnologías y ha recibido una formación menor que las nuevas generaciones, por lo que su nivel de *fact checking* de aquello que consumen debería ser de los mayores. Asimismo, son precisamente las nuevas generaciones, aquellas que no llegan a los 20 años, las que, pese a haber nacido conociendo los riesgos de la información falsa que corre por Internet, utilizan las redes sociales como principal medio informativo y realizan menos *fact chekings*.

Ahora bien, se debe tener en cuenta no solo si se afirma efectuar esta verificación, sino cuál es el proceso realizado. El método principal es la búsqueda de dicha información en más de una fuente diferente, seguido del establecimiento propio de una serie de medios que son considerados de confianza y, por tanto, se consumen en exclusividad.

Pese a ser unos procedimientos que pueden resultar bastante correctos a priori, pocos mencionan algún tipo de criterio específico a la hora de considerar una fuente como de confianza. De esta manera, tampoco se plantea como posibilidad el hecho de que todas estas noticias partan de una misma fuente con información falsa, por lo que la consulta en diversos medios no siempre sería un proceso fiable a la hora de realizar un *fact checking*. Es por esto que cabe destacar que tan solo alrededor de un 10% del total de encuestados mencionó la posibilidad de acudir a fuentes oficiales o, si más no, la primogénita. Este porcentaje se reduce a tan solo el 1% cuando se habla de la búsqueda de esta información en fuentes científicas como pueden ser papers o estudios científicos de diferentes características. Se afirma conformar la opinión en hechos verídicos y objetivos, pero no se consultan las fuentes de mayor confianza u objetividad.

Centrando ahora el análisis en las respuestas al segundo bloque, aquel que recoge las sentencias de los dos casos de estudio, se puede observar que la mayoría de usuarios vierte hacia la que es la respuesta correcta, y en un porcentaje bastante alto. Esto se observa en todas las sentencias a excepción de la última, donde esta unanimidad de respuesta se rompe ante una gran indecisión que, además, tiende hacia la respuesta incorrecta —hecho mucho más acentuado en todas las piezas pertenecientes al caso sobre las falsas denuncias por violencia de género. En ambos casos sucede lo mismo, al igual que es también en ambos casos donde la última pieza es más ambigua e implica un nivel de análisis social a nivel radical mucho mayor. En cuanto se requiere un análisis personal mayor del que acostumbran a proporcionar los medios tradicionales, los usuarios dudan mucho más e incluso fallan la respuesta. Esto es comprensible, puesto que la información referente a este tipo de sentencias suele encontrarse en papers, libros o artículos de carácter científico —tanto de ámbito sociológico como psicológico o de discursiva de género—, fuentes a las que menos de un 1% de los usuarios han citado recurrir a la hora de realizar un *fact checking* de la información consumida. Se puede concluir, pues, que las noticias falsas funcionan no tanto según la propagación extrema de mentiras, sino según la retórica y la creación de dudas. Se utiliza esta ambigüedad para crear dudas en un usuario que, de seguro, no acudirá a estudios científicos ni realizará una búsqueda posterior en base a aquello que ha consumido.

Asimismo, resulta interesante observar cómo algunas de las respuestas a sentencias concretas varían mucho según el sector al de la población al que se le plantee la

pregunta. Todas aquellas que plantean una mayor culpabilidad hacia la mujer o implican un mayor nivel de análisis social radical son falladas en mayor proporción en la encuesta realizada a aquellos quienes fueron contactados vía *online*. Estos usuarios, que consumen más información de webs específicas y medios cuya visión tiende hacia la derecha política y contienen un mayor número de errores a diferente escala según las variables planteadas, son más radicales a la hora de responder y, además, fallan más.

Si se pasa a estudiar comparativamente los resultados de acierto del segundo bloque se observa que existe una relación entre el porcentaje de respuestas correctas y la edad. En general, la generación más joven y la de aquellas personas cuya edad queda comprendida entre los 35 y 39 años son los que reúnen un mayor número de fallos (véanse las tablas 11 y 12). Esto puede ser debido a la falta de *fact checking* de datos de los primeros y la falta de educación de carácter tecnológico de los últimos. De igual manera se puede observar que los encuestados cuya edad queda comprendida entre los 20 y 29 años son los mejor informados, aunque su porcentaje de *fact checking* no supere la media.

Tabla 11. Porcentaje de respuestas correctas según edad en los casos de brecha salarial

| | | PORCENTAJE CORRECTO | | | | |
|------|------------|---------------------|---------|---------|---------|---------|
| | | Pieza 1 | Pieza 2 | Pieza 3 | Pieza 4 | Pieza 5 |
| EDAD | 15-19 años | 71% | 79% | 76% | 24% | 61% |
| | 20-24 años | 96% | 74% | 96% | 85% | 55% |
| | 25-29 años | 87% | 67% | 93% | 87% | 53% |
| | 30-34 años | 82% | 71% | 94% | 65% | 59% |
| | 35-39 años | 85% | 69% | 81% | 73% | 46% |
| | 40-44 años | 77% | 58% | 96% | 77% | 50% |

Tabla 12. Porcentaje de respuestas correctas según edad en los casos de falsas denuncias por violencia de género

| | | PORCENTAJE CORRECTO | | | | |
|------|------------|---------------------|---------|---------|---------|---------|
| | | Pieza 1 | Pieza 2 | Pieza 3 | Pieza 4 | Pieza 5 |
| EDAD | 15-19 años | 85% | 79% | 42% | 76% | 36% |
| | 20-24 años | 89% | 82% | 65% | 89% | 32% |
| | 25-29 años | 80% | 87% | 73% | 73% | 53% |
| | 30-34 años | 82% | 59% | 59% | 76% | 41% |
| | 35-39 años | 58% | 69% | 73% | 62% | 54% |
| | 40-44 años | 65% | 77% | 69% | 65% | 42% |

Un resultado muy interesante resulta también la comparativa entre el número de respuestas correctas y la cantidad de tiempo invertido en informarse. Si bien podría pensarse que a mayor cantidad, mayor número de aciertos, nada está más lejos de la

realidad. De las diez piezas planteadas, son seis las que cuyo porcentaje de acierto es menor en los usuarios que dedican más de 3 horas a informarse, mientras que los porcentajes de mayor acierto se encuentran ubicados entre 1 y 3 horas dedicadas (véanse las tablas 13 y 14).

Tabla 13. Porcentaje de respuestas correctas según tiempo invertido en informarse en los casos de brecha salarial

| | | PORCENTAJE CORRECTO | | | | |
|-------------------|-------------------|---------------------|---------|---------|---------|---------|
| | | Pieza 1 | Pieza 2 | Pieza 3 | Pieza 4 | Pieza 5 |
| TIEMPO INFORMARSE | Menos de una hora | 84% | 72% | 88% | 76% | 52% |
| | 1-2 horas | 88% | 71% | 96% | 77% | 52% |
| | 2-3 horas | 85% | 70% | 80% | 80% | 70% |
| | Más de 3 horas | 80% | 60% | 80% | 80% | 60% |

Tabla 14. Porcentaje de respuestas correctas según tiempo invertido en informarse en los casos de falsas denuncias por violencia de género

| | | PORCENTAJE CORRECTO | | | | |
|-------------------|-------------------|---------------------|---------|---------|---------|---------|
| | | Pieza 1 | Pieza 2 | Pieza 3 | Pieza 4 | Pieza 5 |
| TIEMPO INFORMARSE | Menos de una hora | 75% | 75% | 58% | 74% | 45% |
| | 1-2 horas | 88% | 82% | 64% | 82% | 29% |
| | 2-3 horas | 75% | 80% | 70% | 70% | 60% |
| | Más de 3 horas | 60% | 40% | 60% | 100% | 20% |

Si se realiza la prueba chi cuadrado para evaluar si ambas variables (tiempo invertido en informarse y porcentaje correcto) son realmente independientes, se obtiene un valor de p comprendido entre 0,2133 y 0,2381, por lo que resulta visiblemente acertado afirmar que no existe una relación entre ambas variables. Por tanto, no es tanto el tiempo empleado como la fuente consumida y el nivel de análisis propio posterior. Además, cabe destacar que del total de usuarios que asegura realizar un *fact checking* posterior a la lectura de la información, en más de la mitad de los casos la respuesta ha sido correcta. Esto reafirma la teoría anterior, pues no es tan importante invertir tiempo en informarse como asegurarse que aquella información que se consume es de calidad.

Por último, debe tenerse en cuenta que el estudio parte de una gran limitación como es la falta de una muestra suficientemente grande como para considerarse representativa. Además, la población analizada se encuentra muy centralizada, puesto que es al máximo que se ha conseguido llegar a través de un método muy focalizado en un solo ambiente como es la bola de nieve. Esto no solo implica que es imposible realizar un análisis comparando las diferentes regiones de Cataluña, sino que también existe una

parte de la población con diferentes ideales que no se ha alcanzado, puesto que la mayoría de usuarios consultados son conocidos directos que, a su vez, la han compartido con otras personas de ideales afines a los suyos. También se debe reconocer la dificultad que supone un correcto análisis de algunas de las respuestas, pues a menudo las preguntas planteadas son de extrema sensibilidad, por lo que es muy fácil que el usuario mienta con tal de no crear una mala imagen de sí mismo. Asimismo, al tratarse de un estudio de ámbito social y con una temática muy delicada, existe la posibilidad de no contar con una objetividad total, pues la discursiva de género es una cuestión a la que personalmente me encuentro muy unida y de la que me resulta difícil alejarme para hablar imparcialmente.

CONCLUSIONES

A lo largo de las comparativas y puntos tratados en el estudio queda clara la existencia de un gran número de fuentes que no solo propagan información falsa *per se*, sino que a través de sus análisis o retórica plantean una serie de dudas e incorrecciones que se integran en el conjunto del contenido consumido por la población y, en última instancia, también resultan inexactitudes propagadas. Si bien se planteó un total de dieciséis variables, son dos las que definen por completo lo que sucede en lo referente a la transmisión de información falsa en cuanto a cuestión de género. Ambas variables son aquellas que implican un mayor nivel de análisis radical o especialización, pues se repiten con mayor frecuencia, apareciendo en prácticamente todas y cada una de las 40 fuentes informativas seleccionadas. Además, a menudo existe una definición incorrecta del tema tratado, por lo que todo el análisis posterior de éste acostumbra a quedar invalidado. Esto no solo se traduce en una falta de conocimiento sobre los temas tratados, sino en una abundante carencia de análisis del recorrido de la cuestión hasta la actualidad.

Esta falta puede observarse en la creación de un discurso de género propio de la población. El gran énfasis de los medios en temática de género en los últimos años ha llevado a un conocimiento de los datos estadísticos correctos, pero no a la raíz del problema ni el surgimiento de éstos. Si bien es cierto que se conocen en su mayoría los datos principales y más característicos de los casos tratados —falsas denuncias por violencia de género y brecha salarial—, existe cierto desconocimiento en cuanto a su margen de actuación, definición y, más preocupantemente y en mayor proporción, surgimiento y asentamiento en el colectivo ético-moral. Esto no solo tiene justificación en las carencias de los medios de comunicación principales, sino en el bajo consumo de papers y estudios científicos por parte de la población. Si bien se conoce ampliamente la existencia de fuentes con información falsa, esto no les lleva a realizar una búsqueda en otro tipo de medios más allá de los habituales, por lo que esta consciencia sobre el problema no libra al usuario de incorporar información falsa en su discurso. Además, en caso de darse una contrastación propia, esto no exime al usuario de caer en un análisis erróneo de la situación; lo cual puede deberse a la falta de consumo de estudios sociológicos, es decir, a una falta de análisis radical e introspectivo.

Asimismo, cabe destacar que, de nuevo, las redes sociales y el boca a boca se alzan como fuente informativa de gran impacto, siendo justamente las fuentes de mayor riesgo por propagación de información falsa. Además, la parte de la población comprendida entre 15-19 y 39-44 años es la que acumula, con diferencia, un mayor número de falsedades integradas en su ideología sobre género. Los primeros, pese a ser una generación nacida bajo el manto tecnológico y con conciencia de las mentiras que corren por la red, no acostumbran a fijarse en las fuentes de las que obtienen la información; mientras que los segundos es por esta misma falta de costumbre de consumo tecnológico por lo que acogen con mayor soltura cualquier tipo de información que Internet ofrezca, pues si está en un medio de comunicación, debe ser bueno. Pese a esto, no existe una relación implícita entre el nivel de horas dedicadas a consumir diferentes medios, sino entre el nivel de horas dedicadas a realizar un *fact checking* y contrastar aquello que se consume, aunque sea poco.

En definitiva, el presente estudio expone unas variables de estudio que han permitido analizar diferentes aspectos de las fuentes con información falsa y cómo se expande y conforma su contenido con tal de encontrar una relación entre esta información falsa y la creación de un discurso de género propio. Han sido estos puntos de interés los que han hecho posible establecer que la información falsa funciona no tanto según la propagación extrema de mentiras, sino según la retórica y la creación de dudas. Se conforma una definición que no es totalmente correcta y se utiliza esta ambigüedad para crear dudas en un usuario que, de seguro, no acudirá a estudios científicos ni realizará una búsqueda posterior en base a aquello que ha consumido. Además, se hace uso de esta ambigüedad obviando apelar a las construcciones sociales que sustentan la cuestión trabajada, por lo que se elimina un análisis radical que, en más de una ocasión, podría explicar y justificar la esencia del problema.

Por último, es necesario resaltar la falta de estudios que unen las falsas noticias con las cuestiones de género. Pese a tratarse de un tema en pleno apogeo, son pocos los estudios científicos que pueden encontrarse. Ya no solo a nivel español, que es prácticamente inexistente, sino a nivel global. Además, este mismo estudio debe entenderse con cuidado, puesto que si bien la muestra de fuentes informativas que conforman el análisis de contenido es significativa, la muestra de respuestas de la encuesta no lo es. No solo no es representativa a nivel porcentual, sino que tampoco lo resulta porque hay una

parte de la población que consume medios distintos y con diferentes ideologías que no ha sido alcanzado. Por lo tanto, sí se tiene una muestra bastante alta que permite establecer unas conclusiones en base a la conformación general de una discursiva de género, pero ésta no puede considerarse representativa ni totalmente correcta.

Además, en un estudio de estas características resultaría interesante institucionalizar una colaboración de forma estable con tal de ofrecer un conocimiento cuantitativo y cualitativo de calidad de la situación actual, pues se requiere un conocimiento cualitativo de aquello cuantitativo. Tal y como señala la Fundación Mujeres (2007), se deberían realizar «estudios específicos de los datos, durante secuencias largas y sostenidas en el tiempo, así como incorporar a las estadísticas información de carácter cualitativo, pues resulta imprescindible si queremos que el análisis de la diferente posición social entre mujeres y hombres esté completo.»

Es por el conjunto de estas variables por lo que se propone como vía de futuro una enseñanza de calidad en la que no solo se dé a conocer la existencia de información falsa, sino que se enfatice en la realización de un *fact checking* posterior al consumo informativo así como una instancia hacia el análisis radical, es decir, un estudio de la situación actual desde la raíz del problema, poniendo énfasis en los cimientos de la sociedad actual y cómo se ha llegado a ella. Además, también resultaría de gran interés la posibilidad de denunciar el contenido falso desde el mismo medio que la publica, dificultando así su propagación e incluso imposibilitando su permanencia en Internet años después de haber sido publicada y desmentida. No solo la información falsa debe dejar de propagarse, sino que debe desaparecer de la red y, por tanto, morir en un lapso de tiempo modestamente corto.

REFERENCIAS

- Alonso, N. (17 de diciembre de 2017). La Administración Trump prohíbe utilizar las palabras “transgénero” y “feto”. *El País*. Recuperado de www.elpais.com/internacional/2017/12/16/estados_unidos/1513460047_997718.html
- Álvarez, E. (1 de diciembre de 2017). Hechos alternativos: el peligroso arte de construir realidades con palabras. *El Diario*. Recuperado de www.eldiario.es/zonacritica/Hechos-alternativos-peligroso-construir-realidades_6_607249299.html
- Aurelio, C. (2 de diciembre de 2017). ¿Existe en España la brecha salarial? *El Diestro*. Recuperado de www.eldiestro.es/2017/12/acerca-la-brecha-salarial-hombres-mujeres/
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), (2018). *Marco general de los medios en España 2018*. Recuperado de <http://www.aimc.es/aimc0nt3nt/uploads/2018/02/marco18.pdf>
- Bradner, E. (23 de enero de 2017). *Conway: Trump White House offered 'alternative facts' on crowd size*. Washington, Estados Unidos: CNN. Recuperado de www.edition.cnn.com/2017/01/22/politics/kellyanne-conway-alternative-facts/index.html
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), (2 de marzo de 2018). *Les fake news a internet. El discurs de gènere* (13). Recuperado de http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continguts/Fake_News_Esmenada_Genere.pdf
- Cooke, N. A. (2017). Posttruth, truthiness, and alternative facts: information behavior and critical information consumption for a new age. *Library Quarterly: Information, Community, Policy*, 87 (3), pp. 211-221. doi: 10.1086/692298
- Diario de León, (14 de febrero de 2018). La hermana de Ana Botella asegura que la brecha salarial existe "por falta de formación". *Diario de León*. Recuperado de www.diariodeleon.es/noticias/economia/hermana-ana-botella-asegura-brecha-salarial-existe-por-falta-formacion_1226960.html
- Faus, J. (2 de junio de 2017). ¿Qué opina Trump sobre el cambio climático?. *El País*. Recuperado de www.elpais.com/internacional/2017/06/01/estados_unidos/1496343144_186083.html

- Foucault, M. (1995). ¿Qué es la crítica? [Crítica y Aufklärung]. *Δαίμων, Revista de Filosofía*, 11, pp. 5-25. Recuperado de <http://revistas.um.es/daimon/article/view/7261/7021>
- Fundación Mujeres, (2007). *Buenas prácticas de las Administraciones Públicas en materia de Mainstreaming de Género*. Madrid, España: Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales).
- Fraser, N. (1995). Pragmatism, feminism and the linguistic turn. En S. Benhabib, J. Butler, D. Cornell y N. Fraser (Ed.), *Feminist Contentions. "A philosophical exchange"*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Gallego, J. (2002). *La prensa por dentro: producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona, España: Los libros de la frontera.
- Hughes, C. y Cohen, R. L. (Ed.), (2012). *Feminism Counts. Quantitative Methods and Researching Gender*. Oxon: Reino Unido. Routledge.
- Hunt, J. (2 de noviembre de 2017). 'Fake news' named Collins Dictionary's official Word of the Year for 2017. *The Independent*. Recuperado de www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-of-the-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-a8032751.html
- Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT), (2017). Anuari estadístic de Catalunya. Població a 1 de gener. Per sexe i grups d'edat. *Institut d'Estadística de Catalunya*. Recuperado de <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=253>
- Instituto Nacional de Estadística (INE), (2018). Mujeres graduadas en educación superior. *Instituto Nacional de Estadística*. Recuperado de www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481157&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout
- Jané, C. (8 de noviembre de 2017). La mitad de noticias que circulen en el 2022 serán falsas. *El Periódico*. Recuperado de www.elperiodico.com/es/sociedad/20171108/la-mitad-de-noticias-que-circulen-en-el-2022-seran-falsas-6411174
- Koliieva, I. A. (2015). Sexual representation in the postmodern philosophical discourse. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*, 96. doi: 10.15802/ampr2015/43685
- Martínez, M. (16 de mayo de 2017). *Violencia de género: La falsedad de las denuncias falsas*. Madrid, España: Abogacía Española. Recuperado de

www.abogacia.es/2017/05/16/violencia-de-genero-la-falsedad-de-las-denuncias-falsas/

- Mestre, S. (15 de junio de 2017). Maltrato a los hombres, ¿una realidad silenciosa? *Europa press*. Recuperado de www.europapress.es/sociedad/noticia-maltrato-hombres-realidad-silenciosa-20150612102418.html
- Ministerio de Justicia. (2017). *Memoria elevada al Gobierno de S. M.* Recuperado de www.fiscal.es/memorias/memoria2017/FISCALIA_SITE/recursos/pdf/MEMFIS17.pdf
- Moles, R. J. (2017). Doblepensar lo negroblanco. Propuesta metodológica para el análisis de la postverdad. *Tiempo devorado*, 1, pp. 116-145. Recuperado de <http://revistes.uab.cat/tdevorado/article/view/v4-n1-moles>
- Morley, C., y Macfarlane, S. (2012). The nexus between feminism and postmodernism: still a central concern for critical social work. *The British Journal of Social Work*, 42 (4), pp. 687-705. doi: 10.1093/bjsw/bcr107
- Niño, J. I., Barquero, M. y García, E. (2017). Opinión pública e infoxicación en las redes: los fundamentos de la post-verdad. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 139, pp. 83-94. doi: 10.15178/va.2017.139.83-94
- Oakley, A. (1998). Science, gender, and women's liberation: an argument against postmodernism. *Women's Studies International Forum*, 21 (2), pp. 133-146. doi: 10.1016/S0277-5395(98)00005-3
- Roseneil, S. (1999). Postmodern feminist politics: the art of the (im)possible?. *The European Journal of Women's Studies*, 6, pp. 161-182. doi: 10.1177/135050689900600204
- Simple Lógica y Psicología del Testimonio, (2017). *I Estudio sobre el Impacto de las Fake News en España*. Recuperado de <https://d3vjcw65af87t.cloudfront.net/novacdn/EstudioPescanova.pdf>
- Sulleyman, A. (20 de febrero de 2017). Google steps up fight against fake news by expanding fact-check tool. *The independent*. Recuperado de www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/google-fake-news-fight-fact-checking-tool-expand-three-countries-brazil-mexico-argentina-a7589741.html
- Vara, A. (21 de junio de 2017). Más de la mitad de los internautas españoles (51%) se fía de las noticias. *Digital News Report*. Recuperado de www.digitalnewsreport.es/2017/mas-de-la-mitad-de-los-internautas-espanoles-51-

se-fia-de-las-noticias/

Varela, N. (2016). *Feminismo para principiantes*. Barcelona, España: Ediciones B.

ANEXOS

1. REFERENCIAS FUENTES INFORMATIVAS CON CONTENIDO FALSO

BRECHA SALARIAL

- American Enterprise Institute (Productor). (2014). *The gender wage gap is a myth* [Video]. De www.youtube.com/watch?v=vyFjPHwF6To
- Andrews, K. (10 de noviembre de 2017). The gender pay gap is largely a myth. *The Spectator*. Recuperado de <https://blogs.spectator.co.uk/2017/11/the-gender-pay-gap-is-largely-a-myth/>
- Aurelio, C. (2 de diciembre de 2017). ¿Existe en España la brecha salarial? *El Diestro*. Recuperado de www.eldiestro.es/2017/12/acerca-la-brecha-salarial-hombres-mujeres/
- Barceló, D. (22 de diciembre de 2017). El mito de la brecha salarial. *El club de los viernes*. Recuperado de www.elclubdelosviernes.org/mito-la-brecha-salarial/
- Diario de León (14 de febrero de 2018). La hermana de Ana Botella asegura que la brecha salarial existe “por falta de formación”. *Diario de León*. Recuperado de www.diariodeleon.es/noticias/economia/hermana-ana-botella-asegura-brecha-salarial-existe-por-falta-formacion_1226960.htm
- EFE (22 de febrero de 2018). Cifuentes hará huelga “a la japonesa” para combatir la brecha salarial. *El Economista*. Recuperado de www.eleconomista.es/economia/noticias/8957044/02/18/Cifuentes-hara-huelga-a-la-japonesa-para-combatir-la-brecha-salarial.html
- González, P. (22 de febrero de 2018). Desmontando las 4 falacias sobre la brecha salarial. *Actual*. Recuperado de www.actuall.com/democracia/desmontando-las-4-falacias-sobre-la-brecha-salarial/
- Hoff, C. (17 de junio de 2016). 6 Feminist Myths That Will Not Die. *Time*. Recuperado de <http://time.com/3222543/wage-pay-gap-myth-feminism/>
- John Prager University (Productor). (2017). *There Is No Gender Wage Gap* [Video]. De www.youtube.com/watch?v=QcDrE5YvqTs
- Libre Mercado (30 de enero de 2018). Hasta Podemos reconoce que no existe brecha salarial entre hombres y mujeres. *Libre Mercado*. Recuperado de www.libremercado.com/2018-01-30/hasta-podemos-reconoce-que-no-existe-brecha-salarial-entre-hombres-y-mujeres-1276612918/
- Lips, K. A. (12 de abril de 2016). Don't Buy Into The Gender Pay Gap Myth. *Forbes*. Recuperado de www.forbes.com/sites/karinagness/2016/04/12/dont-buy-into-the-gender-pay-gap-myth/#5957db25969c
- Lozano, D. e Iribarren, G. (1 de septiembre de 2014). Mujer venezolana comienza a

romper el “Techo de Cristal”. *Voces visibles*. Venezuela: Voces visibles. Recuperado de www.vocesvisibles.com/derecho-e-igualdad-de-genero/techo-de-cristal-en-venezuela

Panero, J. L. (20 de febrero de 2018). Huelga feminista de marzo: la brecha salarial no existe. *Hispanidad*. Recuperado de www.hispanidad.com/confidencial/huelga-feminista-de-marzo-la-brecha-salarial-no-existe_313574_102.html

Panero, J. L. (29 de enero de 2018). Lean mis palabras: no existe la brecha salarial legal. *Hispanidad*. Recuperado de www.hispanidad.com/argumentos/lean-mis-palabras-no-existe-la-brecha-salarial-legal_310844_102.html

Perry, M. J. (31 de julio de 2017). There really is no ‘gender wage gap.’ There’s a ‘gender earnings gap’ but ‘paying women well’ won’t close that gap. *AEIdeas*. Recuperado de www.aei.org/publication/there-really-is-no-gender-wage-gap-there-is-a-gender-earnings-gap-but-paying-women-well-wont-close-that-gap/

Rocha, J. M. (Productor). (2015). *El objetivo* [Vídeo]. De www.youtube.com/watch?v=PYMqzJBLjQo&app=desktop

RPP (11 de marzo de 2015). González Izquierdo: No existe brecha salarial entre hombres y mujeres. *RPP*. Recuperado de <http://rpp.pe/economia/economia/gonzalez-izquierdo-no-existe-brecha-salarial-entre-hombres-y-mujeres-noticia-777002>

Sarkozy, L. (8 de enero de 2018). Nevertheless, the gender wage gap myth persisted. *Washington Examiner*. Recuperado de www.washingtonexaminer.com/nevertheless-the-gender-wage-gap-myth-persisted/article/2645297

The Daily Wire (Productor). (2018). *Ben Sapiro: Why The Hollywood Wage Gap Is A Myth* [Vídeo]. De www.youtube.com/watch?v=HQTY-RY51B0

Tobak, S. (17 de abril de 2011). The Gender Pay Gap is a Complete Myth. *CBS News*. Recuperado de www.cbsnews.com/news/the-gender-pay-gap-is-a-complete-myth/

Woods, V. (20 de agosto de 2010). Sorry ladies, I’m not worried about wage gaps. *The Telegraph*. Recuperado de www.telegraph.co.uk/comment/columnists/vickiwoods/7957186/Sorry-ladies-Im-not-worried-about-wage-gaps.html

FALSAS DENUNCIAS POR VIOLENCIA DE GÉNERO

- Alerta Digital (12 de febrero de 2018). ¡Un líder caído del cielo! Trump se rebela contra las denuncias falsas por violencia de género: “Simples acusaciones están destrozando la vida de los hombres”. *Alerta Digital*. Recuperado de www.alertadigital.com/2018/02/12/un-lider-caido-del-cielo-trump-se-rebela-contra-las-denuncias-falsas-por-violencia-de-genero-simples-acusaciones-estan-destrozando-la-vida-de-los-hombres/
- Caldito, C. A. (11 de enero de 2011). Mujer, el sistema te respalda: destroza a tu ex. *Alerta Digital*. Recuperado de www.alertadigital.com/2011/01/11/mujer-el-sistema-te-respalda-destroza-a-tu-ex/
- El Diario (29 de enero de 2018). El doble zasca de Mongolia a la exdirigente de Vox Cristina Seguí por un tuit sobre denuncias falsas e “ideología de género”. *El Diario*. Recuperado de www.eldiario.es/rastreador/Mongolia-exdirigente-Vox-Cristina-Segui_6_734636537.html
- El Imparcial (13 de junio de 2009). Tres de cada cuatro denuncias por malos tratos son archivadas. *El Imparcial*. Recuperado de www.elimparcial.es/noticia/41493/sociedad/tres-de-cada-cuatro-denuncias-por-malos-tratos-son-archivadas.html
- Experto En Igualdad (Productor). (2016). *DENUNCIAS FALSAS: ¿Son tan pocas como nos dicen?* [Vídeo]. De www.youtube.com/watch?v=4mt4ELjDOKE
- Fonseca, M. (julio de 2015) *Las denuncias falsas de Violencia de Género en la prensa*. Cine Raro. Recuperado de www.cineraro.es/articulos/denuncias-falsas-violencia-de-genero-en-los-medios.htm
- Huffington Post (16 de noviembre de 2017). El gráfico sobre la violencia de género que Antonio David Flores debe conocer para dejar de decir sandeces. *Huffington Post*. Recuperado de www.huffingtonpost.es/2017/11/16/el-grafico-sobre-la-violencia-de-genero-que-antonio-david-flores-debe-conocer-para-dejar-de-decir-sandeces_a_23279735/
- La Contra TV (Productor). (2017). *MUCHAS DENUNCIAS por violencia de género SON FALSAS, dice un portavoz de sindicato de la policia* [Vídeo]. De www.youtube.com/watch?v=QSXN1Umkv84
- La Gaceta (17 de mayo de 2017). Los claroscuros de las denuncias falsas por violencia de género. *La Gaceta*. Recuperado de <https://gaceta.es/blogs/violencia/los-claroscuros-denuncias-falsas-violencia-genero-17052017-1738-20170517-0000/>

- Malos tratos falsos (2012). *IRREGULARIDADES EN LAS ESTADÍSTICAS DEL CGPJ Y FGE*. Malos tratos falsos. Recuperado de www.malostratosfalsos.com/irregularidad-estadistica-del-cgpj-y-fge/
- Mereces saberlo (2 de noviembre de 2016). *Las denuncias falsas y la falacia de quienes viven de la VG*. Mereces saberlo. Recuperado de <https://chefyc.wordpress.com/2016/11/02/las-denuncias-falsas-y-la-falacia-de-quienes-viven-de-la-vg/>
- Movimiento indignados Spanish revolution (2015). *Mas del 80% de las denuncias por violencia de género son falsas o no acaban en condena*. Movimiento indignados Spanish revolution. Recuperado de <https://movimientoindignadosspanishrevolution.wordpress.com/mas-del-80-de-las-denuncias-por-violencia-de-genero-son-falsas/>
- Padres divorciados (19 de mayo de 2013). *“Denuncian a su ex, y así paran la custodia compartida”*. Padres divorciados. Recuperado de <https://padresdivorciados.blogspot.com/2013/05/denuncian-su-ex-y-asi-paran-la-custodia.html>
- Martín, C. (31 de agosto de 2017). Violencia de género. Y luego dicen que no hay denuncias falsas. *Hispanidad*. Recuperado de www.hispanidad.com/enormes-minucias/violencia-de-genero-y-luego-dicen-que-no-hay-denuncias-falsas_294287_102.html
- Montañés, E. (10 de septiembre de 2017). El peligroso juego de las denuncias de violencia de género falsas. *ABC*. Recuperado de www.abc.es/sociedad/abci-peligroso-juego-denuncias-violencia-genero-falsas-201709100320_noticia.html
- Objetivo Castilla - La Mancha (17 de mayo de 2017). Violencia de género y denuncias falsas ¿Una realidad ocultada? *Objetivo Castilla- La Mancha*. Recuperado de <https://objetivocastillalamancha.es/contenidos/nacional/violencia-genero-y-denuncias-falsas-una-realidad-ocultada>
- Pérez, F. (30 de mayo de 2010). Lo que no se cuenta de la ley de violencia de género. *Diario de León*. Recuperado de www.diariodeleon.es/noticias/opinion/no-cuenta-ley-violencia-genero_531105.html
- Shepherd, T. (23 de junio de 2014). Mothers ‘faking domestic violence’ to keep their children, inquiry told. *The Advertiser*. Recuperado de www.adelaidenow.com.au/news/south-australia/mothers-faking-domestic-violence-to-keep-their-children-inquiry-told/news-

story/9e028ba9a951b8e5808e30606cb40aaa

S.O.S Papa en Aprietos (Productor). (2016). *NO A LA VIOLENCIA DE GENERO, NO A FALSAS DENUNCIAS* [Video]. De www.youtube.com/watch?v=Ryw1qtqII6s

Weiss, B. (28 de noviembre de 2017). The Limits of ‘Believe All Women’. *The New York Times*. Recuperado de www.nytimes.com/2017/11/28/opinion/metoo-sexual-harassment-believe-women.html

2. MODELO ENCUESTA

BLOQUE 1: ESTUDIO CONSUMO GENERAL

¿Cuánto tiempo dedicas diariamente a Internet? *

- Menos de 1 hora
- 1-3 horas
- 3-5 horas
- Más de 5 horas

¿Sueles informarte sobre la actualidad? *

- Sí
- No

¿Cuánto tiempo dedicas diariamente a informarte? *

- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- Más de 3 horas

¿Cuál es tu principal fuente de información? * (respuesta múltiple)

- ✓ Boca a boca
- ✓ Prensa
- ✓ Prensa digital
- ✓ Radio
- ✓ Redes sociales
- ✓ Televisión

¿Qué medios sueles consultar (incluida prensa, radio, RRSS y TV)? Ej. El País, La Vanguardia, TV3...

¿Sueles fijarte en el editor? *

- Sí
- No

¿Sueles fijarte en el escritor? *

- Sí
- No

¿Te informas en otro idioma además de español y catalán? *

- Sí
- No

En caso de haber contestado sí a la pregunta anterior, ¿cuál/es?

BLOQUE 2: OPINIÓN PERSONAL DENUNCIAS POR VIOLENCIA DE GÉNERO FALSAS

¿Qué tan acertadas/verídicas te parecen las siguientes piezas informativas sobre las denuncias por violencia de género? ¿Estás de acuerdo con ellas?

(Todas las capturas son reales y se pueden encontrar vía online. La pregunta hace referencia a cuán de acuerdo se está con ella.)

Pieza 1 *

Estas buenas palabras no pueden ocultar una cruda realidad: que se denuncia muy a la ligera y se condena como si fuera violencia de género hechos que nada tienen que ver con situaciones de desigualdad o discriminación, o relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres. Ahora, gracias a esa Ley, más bien es al contrario, el poder está en manos de la mujer, siendo conocida en los medios jurídicos la expresión utilizada de «o me das-| o te denuncio por violencia de género».

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pieza 2 *

La Fiscalía General del Estado subraya que el porcentaje de denuncias falsas por violencia machista es "escasísimo". Entre 2009 y 2016 las condenas por denuncias falsas fueron 79, frente a las 1.055.912 denuncias por violencia de género presentadas en esos ocho años.

- Muy poco
- Poco

- Bastante
- Mucho

Pieza 3 *

Pero una búsqueda rápida realizada con Google demuestra que al menos quince hombres fueron asesinados por su pareja o expareja a lo largo del año 2011 según noticias aparecidas en prensa digital (a las que habría que sumar las omitidas cuya existencia desconocemos), como podemos ver en la web de **PROJUSTICIA**, entidad que ha presentado por éste motivo una querrela por falsedad documental contra el Observatorio contra la violencia doméstica y de género.

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pieza 4 *

El principal motivo por el que las mujeres suelen interponer este tipo de denuncias es **para quedarse con la custodia de los hijos**, aunque otras mujeres denuncian a sus parejas por motivos económicos o simplemente por despecho.

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pieza 5 *

Pero hay un dato más preocupante aun, las denuncias interpuestas por violencia de género fueron archivadas superan el millón en apenas 10 años. Esto quiere decir que o no estaban probadas o incluso son consideradas simulaciones de delito. Numerosos informes independientes apuntan a que los datos reales están más cercanos a lo que podríamos considerar un problema general que un caso aislado.

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

BLOQUE 2: OPINIÓN PERSONAL BRECHA SALARIAL

¿Qué tan acertadas/verídicas te parecen las siguientes piezas informativas sobre las denuncias por violencia de género? ¿Estás de acuerdo con ellas?

(Todas las capturas son reales y se pueden encontrar vía online. La pregunta hace referencia a cuán de acuerdo se está con ella.)

Pieza 1 *

Según Dakduk, el tema vocacional es muy relevante. "Los hombres tienen el deber de trabajar. Las mujeres le dan gran peso al tema del bienestar en el trabajo, que el trabajo sea una prolongación de la casa".

Señala que las mujeres pueden poner al margen temas laborales por temas personales. "Socialmente le es permitido hacer un break en el desarrollo de su carrera porque quieren hacer danza, yoga, un posgrado, atender a los hijos, etc".

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pieza 2 *

Peor remuneradas. Las mujeres cobran de media por hora un 20% menos que los hombres, según el estudio. La diferencia está distorsionada por las diferentes ocupaciones que ocupan unos y otras por las dificultades que tienen las mujeres para acceder a puestos mejor retribuidos y de más responsabilidad (techo de cristal). Esto no supone que ante dos puestos iguales haya esa diferencia. Si no que se explica por la dificultad de las mujeres a acceder a determinados cargos y a la parte variable del sueldo. Además, si se hace un cálculo en el que se

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pieza 3 *

La hermana de Ana Botella asegura que la brecha salarial existe "por falta de formación"

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pieza 4 *

Las tareas domésticas generan desigualdad. "Cuanto más desigual es la distribución de tareas domésticas dentro del hogar, mayor es la brecha de género en la participación laboral", señala el informe. Las mujeres dedican al día 2,5 horas más de media a las tareas del hogar (incluyendo el cuidado infantil) que los hombres y los hombres destinan una hora al día más al ocio y tiempo libre.

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pieza 5 *

pagados que los vinculados a las Ciencias Sociales. Entonces ¿por qué las mujeres eligen formarse en disciplinas que conducen a trabajos mal remunerados? La responsabilidad se la reparten padres, profesores y estereotipos machistas. Por un lado, las familias suelen recomendar estudios de ingeniería y ciencias a sus hijos y no tanto a sus hijas. Y algo tendrán que ver los maestros en el hecho de que, según la OCDE, a los 15 años, las chicas tengan menos confianza en sí mismas que los chicos en la asignatura de matemáticas. A ese cóctel se le suma también la **falta**

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

BLOQUE 3: INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA Y ESTUDIO DE CAMPO

Edad *

- 15-19 años
- 20-24 años
- 25-29 años
- 30-34 años
- 35-39 años
- 40-44 años

Género *

¿Resides en Cataluña? *

- Sí
- No

En caso de haber contestado sí a la pregunta anterior, ¿en qué comarca? (listado)

¿Conoces la existencia de las noticias falsas? *

- Sí
- No

¿Te preocupan? *

- Sí
- No
-

En caso de haber contestado sí a la pregunta anterior, ¿cómo intentas luchar contra ellas?

¿Realizas algún proceso de verificación de datos tras informarte? *

- Sí
- No

En caso de haber contestado sí a la pregunta anterior, ¿cuál?

¿Conformas tu opinión en base a los datos e información objetiva/científica que recibes? *

- Sí
- No

¿Cuánto crees que influye aquello que terceras personas te dicen a la hora de conformar tu opinión? *

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

En la actualidad, la mujer ya posee los mismos derechos que el hombre. *

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Existe suficiente información diaria sobre discursiva de género. *

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Existen suficientes políticas en cuestión de género. *

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

Los medios mienten sobre cuestiones de género. *

- Muy poco
- Poco
- Bastante
- Mucho

(Los asteriscos hacen referencia a aquellas preguntas de respuesta obligatoria.)

