

ARTÍCULOS

Desinformación y colectivos vulnerables. Estrategias pragmáticas en bulos y *fake news* sobre género, inmigración y personas LGTBI+

Disinformation and vulnerable groups.
Pragmatic strategies in hoaxes and fake news
on gender, immigration and LGTBI+ people

Carolina Arrieta-Castillo
Universidad a Distancia de Madrid
carolina.arrieta@udima.es
<https://orcid.org/0000-0002-5734-132X>

Abstract

Disinformation is a social problem that is reproduced in different discursive contexts and generates confusion in complex political issues, such as the protection and social integration of vulnerable groups. Applied linguistics, through the analysis of the pragmatic characteristics of discourses, can help to understand the construction of these disinformation stories as well as offer keys to counteract them in a process of media literacy that seems increasingly necessary. This article aims to reveal the pragmatic keys of disinformation discourses on groups vulnerable to diverse inequalities (immigrants, women and the LGTBI+ group) in the Spanish media context. Through the Critical Discourse Analysis of disinformation pieces identified by fact-checkers, it is detected that the disinformation aimed at the three groups is similar in its perlocutionary force and its incitement to a reaction from the recipient, but differs in the expression of intellectual, emotional and moral attitudes.

Keywords: disinformation, critical discourse analysis, gender, immigration, LGTBI+, pragmatics

INTRODUCCIÓN

Los discursos hegemónicos, entre los que se encuentra el mediático, están viendo cómo la desinformación, el fenómeno en el que se produce “una distorsión de la información a través de la difusión de noticias falseadas que engañan al receptor final” (Rodríguez Pérez, 2019, p. 67), provoca una crisis de credibilidad de la ciudadanía hacia el periodismo.

Las falsedades se han difundido siempre, pero la popularidad de las redes sociales ha favorecido su multiplicación. El crecimiento en relevancia y producción informativa de los nuevos medios sociales y de comunicación ha fomentado, por un lado, la democratización de la producción discursiva y la posibilidad de cada individuo de expresarse públicamente; como contrapartida, se produce el aumento de contenidos dudosos (*fake news*, bulos, desinformación, etc.) (Mottola, 2020) que amenazan “el bienestar intelectual de la sociedad” (Lewandosky *et al.*, 2017, p. 360) al presentar las falsedades como versiones alternativas de los hechos.

En este contexto informativo definido como *posverdad*, las falsedades son percibidas como “estratagemas retóricas” (Carrera, 2018, p. 1469) que ayudan a conceptualizar “la realidad”. Este marco disputable y disputado pone en entredicho la propia confianza en el sistema democrático (Comisión Europea, 2018; Mitchell *et al.*, 2019) y posibilita el aumento de discursos que señalan a determinados colectivos tradicionalmente vulnerables –entre los que se encuentran los inmigrantes, las mujeres o el colectivo LGTBI+– como receptores de supuestos privilegios sociales. Estos discursos terminan calando en el imaginario de la ciudadanía. En España, de hecho, crece el porcentaje de jóvenes que niegan la violencia de género o le restan importancia (en torno a un 20%, según Rodríguez *et al.*, 2021).

El lenguaje tiene un rol protagonista en el fenómeno de la desinformación. Tal y como considera el enfoque cognitivo (Lakoff, 2004; van Dijk, 2012), las elecciones discursivas que realiza el emisor permiten la activación de una serie de marcos en su audiencia. Estos marcos configuran las creencias y actitudes que los grupos sociales tienen sobre determinados debates sociales. Las estrategias discursivas de las noticias falsas favorecerán la legitimación o deslegitimación de los actores sociales a los que va referido el discurso. Y a la inversa: un análisis de enfoque pragmático sobre los recursos discursivos que utilizan y los marcos que activan los desinformadores permitirá reflexionar sobre las intenciones, mecanismos y alcance de la desinformación.

En este artículo nos proponemos conocer las características pragmáticas de las desinformaciones sobre colectivos vulnerables con el objetivo de conocer las claves de sus estrategias comunicativas y ofrecer propuestas discursivas para poder contrarrestarlas. Este objetivo general se divide en tres preguntas de investigación:

P.1. ¿Qué características pragmáticas comparten los bulos destinados a desinformar sobre colectivos vulnerables?

P.2. ¿Qué características pragmáticas son específicas de las desinformaciones sobre cada colectivo?

P.3. ¿Qué acciones discursivas pueden ser útiles para contrarrestar estos discursos?

Para poder responder a estas preguntas se llevará a cabo, desde el enfoque socio-cognitivo del Análisis Crítico del Discurso (van Dijk, 2016), un estudio cualitativo de un corpus de informaciones falsas detectadas por agencias de verificación españolas.

1. DESINFORMACIONES SOBRE INMIGRACIÓN, GÉNERO Y EL COLECTIVO LGTBI+

La española es, tras la portuguesa, la población europea con mayor preocupación por el fenómeno de la desinformación (el 62% confiesa inquietud por no saber discernir lo que es cierto de lo que es falso) (Newman *et al.*, 2022). Esta preocupación es comprensible si consideramos que los españoles se inscriben en el modelo social mediterráneo, un modelo que según Hallin y Mancini (2004) se caracteriza por una fuerte tendencia a la polarización en el consumo de medios, así como por la preeminencia de informaciones enfocadas a la representación negativa del enemigo político (Baumgartner & Chaqués-Bonafont, 2015).

Este contexto da lugar a la existencia de guetos, que Masip *et al.* (2020, p. 10) denominan “ecosistemas mediáticos”. Una vez guetizadas las audiencias, las desinformaciones encuentran una recepción propicia por parte de los destinatarios, que poseen marcos cognitivos preexistentes (Lakoff, 2004) favorables a los contenidos de esas desinformaciones. De este modo la manipulación es posible: gracias a la exposición a los mensajes desinformativos –los cuales tienen más probabilidades de ser compartidos que los mensajes verdaderos (Vosoughi *et al.*, 2018)– se pueden controlar los modelos mentales que forman los individuos (van Dijk, 2016) respecto a distintos colectivos.

Por todo ello ha ganado relevancia el debate sobre la necesidad de establecer mecanismos de control y desarrollar instrumentos que permitan verificar hechos (Krause *et al.*, 2020). Algunos de estos verificadores de hechos, como Maldita, han creado secciones especiales sobre inmigración o feminismo para poder ofrecer información verídica relacionada con estos colectivos, los cuales representan un blanco habitual de los creadores y difusores de desinformación (Herrero-Diz *et al.*, 2020; Magallón-Rosa, 2021).

En el discurso sobre la inmigración es especialmente importante el imaginario del sujeto invasor, que se construye gracias al estigma del bárbaro (Santamaría, 2002). Sus características inherentes son la violencia, la crueldad y el fanatismo, lo que los lleva a introducir distintos desórdenes en esa fortaleza vulnerable que es la nación. El inmigrante es perfilado como una figura social amenazante, relacionada con la marginalidad, que constituye siempre un problema para la convivencia europea (Crespo Fernández, 2008). En el mejor de los casos, los discursos transmiten una valoración

compasiva de los inmigrantes cuando los representan como meras piezas de un puzle o trama más complejos (Cruz Moya, 2020). En su representación más extrema, los inmigrantes son asociados al marco del terrorismo (Bañón, 2006).

Respecto a los discursos sobre género, Pal y Banerjee (2019) culpan directamente a las desinformaciones que se producen en el escenario digital de la demonización que sufre el feminismo. La falsa atribución de afirmaciones es uno de los recursos más destacados para posibilitar esa demonización. Socavar la credibilidad de sus ideas y sus voces de autoridad es un objetivo comunicativo compartido entre los discursos antifeministas y antiLGTBI+ (Herrero-Diz *et al.*, 2020). Un modo recurrente de hacerlo es a través de la categorización de estos como un grupo de interés (la secta feminista, el lobby gay) que se opone a los intereses de la sociedad (Devreux & Lamoreux, 2012), de modo que se distingue entre las feministas y el resto de las mujeres, y entre los LGTBI+ activistas y el resto de personas que viven su sexualidad de forma privada. Por ello, tal y como señala Bonet-Martí (2020), se niega su condición de movimientos sociales y se les acusa de usurpar la voz del resto.

Es importante señalar que, a diferencia de los discursos sobre inmigración, los estudios sobre discursos antifeministas o antiLGTBI+ se centran sobre todo en soportes digitales, especialmente en redes sociales. La retórica criminalizadora de la inmigración ha sido más habitual en los discursos político y mediático; ha estado más institucionalizada. Sin embargo, en el contexto del auge de los discursos de “ultrade-recha” en Europa (Ferreira, 2019, p. 94), es cada vez más frecuente encontrar estos discursos antifeministas y antiLGTBI+ dentro de las instituciones.

2. MARCO METODOLÓGICO

Este trabajo sigue un enfoque sociocognitivo del análisis crítico del discurso (van Dijk, 2016) para conocer las claves pragmáticas que sirven para articular los mensajes desinformativos sobre colectivos vulnerables. Para ello se han recopilado bulos y noticias falsas que tienen como protagonistas a actores, temas o procesos relacionados con estos colectivos.

2.1. CORPUS DE ANÁLISIS

Para la constitución del corpus se realiza una búsqueda en la herramienta Fact Check Explorer, de Google, que permite buscar verificaciones ya realizadas por los *fact checkers* que cumplen con las pautas de Google para mostrarse en las búsquedas.

Las búsquedas se llevan a cabo escribiendo las palabras clave *inmigración*, *género* y *LGTBI*. Tras examinar el listado de bulos verificados como falsos en cada una de las búsquedas, se ha procedido a seleccionar las falsedades más recientes, enmarcadas en

los dos años que preceden al tiempo de investigación (del 01/10/2020 al 01/10/2022) e identificadas en los verificadores reconocidos por la International Fact-Checking Network (IFCN). Las desinformaciones analizadas provienen de los verificadores de origen español Maldita, Newtral y EFE Verifica.

El corpus de análisis lo constituyen 36 piezas analizadas, de las cuales 14 corresponden al tema de la inmigración, 11 a las políticas de género y 11 al colectivo LGTBI+.

2.2. CATEGORÍAS ANALIZADAS

El enfoque pragmático del análisis que se aplica a las piezas desinformativas permite examinar las estructuras lingüísticas utilizadas poniéndolas en relación con la intención comunicativa del emisor o del contexto. En este artículo nos interesa, sobre todo, conocer las actitudes y creencias que los creadores de bulos han querido activar en la audiencia y los recursos discursivos que utilizan para ello.

Con el objeto de guiar el análisis de las piezas desinformativas se crea una ficha de análisis (Tabla 1) en la que se introducen las categorías que analizar:

Tabla 1. Categorías examinadas en los mensajes desinformativos (Elaboración propia)

Categoría	Descriptor
1. Emisor y canal	Se analiza la fuente y los canales de distribución del bulo: redes sociales, mensajería instantánea o medios de comunicación.
2. Subtemática	Dentro del tema general (inmigración, género o diversidad sexual) se identifican los contenidos semánticos fundamentales para comprender qué subtemáticas predominan.
3. Intencionalidad del emisor	Se identifica la acción que pretende llevar a cabo el emisor del bulo: desmentir, ampliar información, amenazar, etc.
4. Recursos discursivos	Se identifican los recursos discursivos con los que se construye el mensaje desinformativo (léxico, modalización, marcadores, etc.)
5. Marcos activados	Se identifican los marcos, creencias y actitudes que se pretenden activar con las desinformaciones.
6. Tipo de desinformación	Se clasifica la información de acuerdo a 7 tipos posibles: <ol style="list-style-type: none"> 1) Sátira o parodia: Se trata de ridiculizar a un sujeto o una posición. 2) Contenido engañoso: Uso engañoso de la información para incriminar a alguien o algo. 3) Contenido impostor: Se suplantan fuentes genuinas. 4) Contenido fabricado: Se crea contenido nuevo falso. 5) Conexión falsa: Algún apartado de la noticia no coincide con el contenido. 6) Contexto falso: El contenido genuino se difunde con información de contexto falsa. 7) Contenido manipulado: La información genuina se manipula para engañar.

A continuación, se muestra un ejemplo de análisis cualitativo tras aplicar las categorías de la Tabla 1 a una de las piezas del corpus, relacionada con la temática de inmigración: “Cofertility: La moda que arrasa en Francia y se expande por el mediterráneo gracias a la inmigración del continente africano llega a España” (Maldita, 2022b):



Figura 1. Ejemplo de desinformación sobre inmigración (Maldita, 2022b)

- Emisor y canal: Se difunde en cuentas en Twitter y Facebook (medios sociales).
- Subtemáticas: Reproducción y repoblación.
- Intencionalidad del emisor: Pretende ofrecer información nueva.
- Recursos discursivos: neologismo “cofertility” / lenguaje hiperbólico “la moda que arrasa” / metáfora conceptual de Europa como un contenedor desbordado: “la inmigración africana arrasa y se expande”.
- Marcos activados: “El gran reemplazo” / La inmigración africana es imparable / Un diario progresista trata el gran reemplazo como una moda.
- Tipo de contenido desinformativo: Contenido fabricado y contenido impostor.

3. RESULTADOS: CARACTERÍSTICAS PRAGMÁTICAS DE LAS DESINFORMACIONES SOBRE INMIGRACIÓN, GÉNERO Y PERSONAS LGTBI+

En cuanto a la categoría Emisor y Canal, los medios sociales representan el canal más frecuente para las desinformaciones, casi siempre con emisores no famosos o desconocidos (Figura 2):

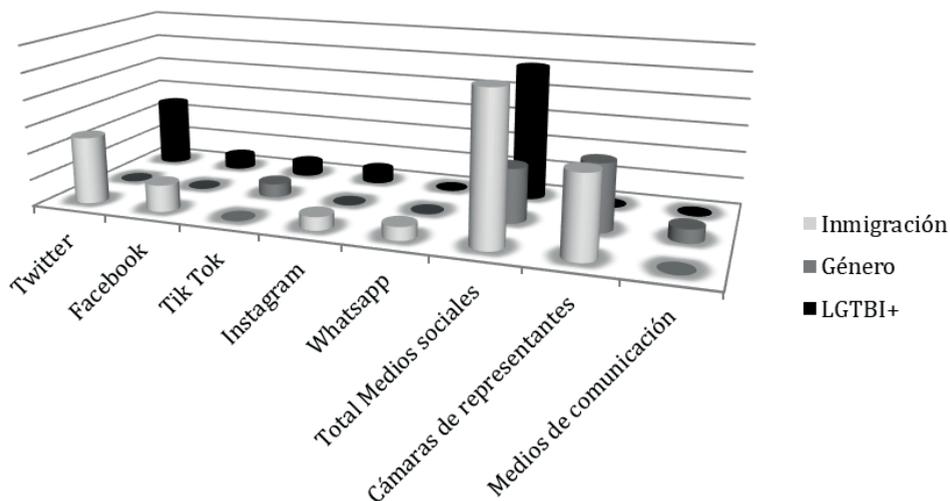


Figura 2. Emisores/canales de difusión de desinformaciones (Elaboración propia)

Tras las redes se encuentran las cámaras de representantes, pues gran parte de las falsedades provienen de los propios discursos de los políticos. En otras ocasiones los emisores de las falsedades son los políticos, pero estos las difunden en sus redes. Twitter es la plataforma en la que más bulos sobre colectivos vulnerables se identifican, ya sea porque es donde más se producen o porque es donde más se denuncian. Llama la atención, no obstante, que no se han detectado bulos relacionados con la diversidad sexual difundidos por los políticos.

Respecto a la intencionalidad del mensaje, predominan los mensajes que pretenden ofrecer una información nueva al público, seguido del énfasis en ideas, datos o informaciones ya existentes. Este último rasgo es especialmente importante en los bulos sobre género, en los que se focaliza el mensaje en unos hechos que los destinatarios ya deberían conocer.

Respecto a la tipología de los bulos (Figura 3), la mayoría son contenidos fabricados o engañosos.

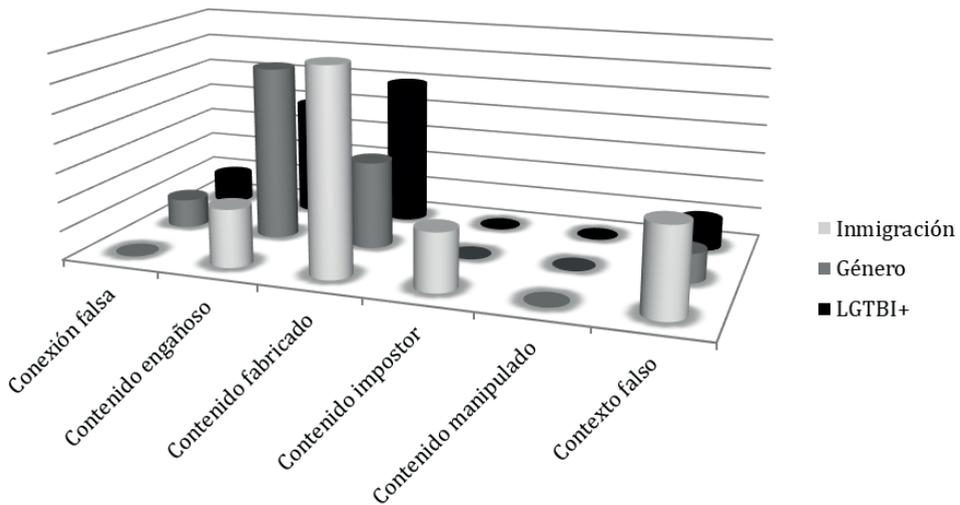


Figura 3. Tipos de desinformación según su contenido (Elaboración propia)

En los bulos sobre inmigración o diversidad sexual son más frecuentes los fabricados; sin embargo, en los bulos sobre género se reproducen más bulos con contenido engañoso. El uso engañoso de la información tiene como objetivo desprestigiar al movimiento feminista, pues el contenido informativo verdadero da autoridad al argumento que, sin embargo, es utilizado para incriminar al feminismo y a sus voces autorizadas.

En los bulos sobre inmigración también es importante el recurso del *contexto falso*. Estas informaciones a menudo consisten en vídeos o imágenes que muestran comportamientos no ejemplares protagonizados por otras personas, o sucedidos en otro lugar o en otra época a los señalados en el mensaje desinformativo.

Respecto a las subtemáticas, las dos más comunes en los bulos sobre inmigración han sido la llegada de inmigrantes ilegales y los supuestos privilegios que estos reciben por ser inmigrantes (2). Estas subtemáticas se han utilizado para formar tres grandes marcos en los destinatarios: *los inmigrantes tienen más ventajas que los nativos*, *los inmigrantes están llevando a cabo una invasión* y *los inmigrantes son criminales*.

(1) No, este vídeo de una patera desembarcando en una playa en Chiclana (Cádiz) no es actual ni tiene relación con la pandemia de COVID-19 (Maldita, 2020a).

(2) “Estos del PSOE son los que están hoy dando más ayudas sociales a un inmigrante ilegal que a un trabajador que está en un ERTE” – Rocío Monasterio, política de Vox (Martín Campos, 2021).

En cuanto al género, la subtemática más importante es la relacionada con la Ley Integral de Violencia de Género, aunque también se tratan subtemas como el Ministerio de Igualdad, la llamada ley trans, la ideología o agenda de género y la discriminación del hombre. En cuanto a los marcos activados, no sorprende que el más recurrente sea el que representa *la ideología de género como una influencia negativa para la sociedad*, aunque también son relevantes los marcos de *hombres como seres discriminados*, *la violencia de género es exagerada* y el *Ministerio de Igualdad no es útil*.

Respecto a las desinformaciones sobre diversidad sexual, los subtemas están muy repartidos, al igual que los marcos que se han querido activar con ellos. El subtema que más apariciones ofrece es el que trata de las personalidades o instituciones que apoyan o no apoyan al colectivo. Cuando la actitud es de apoyo, la crítica se cierne sobre el personaje; cuando la actitud es de rechazo, la crítica puede ir también dirigida al personaje o al propio colectivo, pues el no apoyo implica un castigo social (3):

- (3) La Unión Europea (UE) impondrá sanciones disciplinarias al Real Madrid, debido a que el club se negó a portar la bandera en ‘apoyo’ a la comunidad [LGTBI] (Maldita, 2022a).

Por último, también se crean desinformaciones con el argumento de supuestos beneficios económicos por ser parte del colectivo, como en los otros dos temas analizados.

Respecto a los marcos mentales activados, son variados: *las personas LGTBI+ se benefician económicamente*, *el colectivo LGTBI+ es adoctrinador y autoritario*, especialmente con los niños, y *se castiga a las personas que no los apoyan*. Con este último marco se fomenta un imaginario de represión y corrección política al que se opone la libertad y ante el que se incita a rebelarse.

En cuanto a los recursos discursivos utilizados, es especialmente importante el juego de oposición en el discurso antiinmigración, mucho más que en el resto de temas. La oposición *inmigrante – español* permite a los desinformadores ofrecer una polarización en la que a los españoles les son atribuidas características positivas (son currantes, honestos e inofensivos) y a los inmigrantes les son atribuidas las negativas (son violentos, criminales y aprovechados):

- (4) “No, estos carteles que ofrecen el carnet de camión gratis “sólo para inmigrantes” no son actuales y la Junta de Andalucía niega que esté ofreciendo cursos de formación dirigidos exclusivamente a ese colectivo” (Maldita, 2022b).

El uso de datos también parece importante en los tres temas, especialmente en inmigración (llegadas de inmigrantes y ayudas) y género (denuncias falsas y ayudas). Sin duda, el argumento económico supone uno de los recursos principales para la elaboración de estas noticias falsas.

También es importante el recurso del humor o la ironía en los tres temas, y en género y diversidad sexual se enfatiza el tono paródico de las informaciones falsas. En género, especialmente, se utiliza la paradoja para alimentar la creencia de que el feminismo o el Ministerio de Igualdad tienen un impacto negativo en esas mujeres a quienes pretenden ayudar (5). Además, en estos dos temas se ha detectado un énfasis en la excepcionalidad con carga negativa. Expresiones como “el único país que...”, o “ningún otro lugar del mundo” denotan un sentido de excepcionalidad respecto a las leyes de igualdad que pretende crear el marco de que las leyes españolas sobre género son una anomalía en la jurisprudencia universal (6).

(5) “Irene Moreno trabajando para Vox: Un hombre cambia de género y se libra de una denuncia por violencia machista” (Maldita, 2022c).

(6) “En España existen tribunales solo para hombres, algo que no pasa en ningún otro lugar del mundo” – Iván Espinosa de los Monteros, político de Vox (García, 2020).

Por último, tanto en el tema de género como en el de diversidad sexual es importante la apropiación terminológica: términos como *adoctrinamiento*, *ideología de género*, *lobby* o *agenda* se repiten a la hora de designar a los protagonistas de la acción deslegitimadora contenida en el bulo.

CONCLUSIONES

Tras el análisis aplicado a las 36 piezas verificadas como falsas relacionadas con inmigración, género o colectivo LGTBI+, se está en disposición de contestar a las tres preguntas que han motivado este estudio.

Respecto a las características pragmáticas que comparten los bulos sobre colectivos vulnerables (Pregunta 1), las redes sociales son el canal en el que más bulos se han verificado, predominan los mensajes cuya intención comunicativa finge ofrecer una información nueva al público con el objetivo de alertarle e incitarle a tomar una acción, y la mayoría de informaciones contienen o bien hechos fabricados expresamente para el bulo, o bien hechos que han sido tergiversados para desprestigiar a alguien.

Los marcos de los privilegios, especialmente los económicos, son utilizados para desprestigiar a los tres colectivos, y los recursos discursivos utilizados para ello son el uso de datos (aunque estén falseados o no tengan sustento), el juego de oposición y polarización *Nosotros (buenos) / Ellos (malos)* y la apropiación terminológica mediante el uso de unidades léxicas cargadas de connotación negativa.

En cuanto a las características pragmáticas que sí parecen específicas de las desinformaciones dirigidas a cada colectivo (Pregunta 2), aunque la deslegitimación es la finalidad que persiguen todas las desinformaciones, el modo de llevarla a cabo

es distinto. A los inmigrantes se les atribuyen falsamente acciones poco ejemplares con el objetivo de demostrar que son el elemento más negativo del binomio español/inmigrante. Para ello es especialmente útil el tipo de noticia consistente en la conexión falsa, que sitúa hechos y protagonistas en unas coordenadas espacio-temporales engañosas.

En las desinformaciones sobre género, se cuestiona la utilidad del feminismo disputando su objeto de acción: la discriminación de las mujeres, mediante la atribución de exageraciones (falsedades) al discurso feminista. La finalidad comunicativa del bulo es el énfasis en ideas, datos o informaciones que han sido previamente deformadas para su función deslegitimadora.

En cuanto a las desinformaciones sobre el colectivo LGTBI, sobresale la deslegitimación no ya del colectivo, sino de las personas que lo apoyan. Las informaciones sobre personas que supuestamente pertenecen al colectivo o simpatizan con él tienen la finalidad de ridiculizar a estas personas, por lo que la estrategia de deslegitimación no descansa en sus supuestas acciones —como sucede en la desinformación sobre inmigrantes— o en sus supuestas declaraciones —como sucede en la desinformación sobre feminismo— sino en las declaraciones o acciones de otros emisores/actores hacia el colectivo.

Hemos podido comprobar que se dan estrategias de ridiculización para desacreditar los discursos feministas o pro diversidad sexual, pero las desinformaciones antiinmigración no conllevan la ridiculización de los inmigrantes; todo lo contrario, el marco del provecho y del beneficio respecto al *Nosotros-españoles* desvela una estrategia de victimización del nativo frente a la criminalización del inmigrante que, aunque aparece residualmente en los otros dos temas, es dominante en el de inmigración.

Respecto a acciones discursivas que puedan contrarrestar estos discursos (Pregunta 3), es posible que parte del atractivo de los bulos sobre género o personas LGTBI+ radique precisamente en su capacidad para el humorismo a través de la parodia. Los textos que tratan de contrarrestar estos relatos a menudo se construyen mediante una sucesión de datos o hechos comprobables en un tono objetivo bastante alejado del humorismo. Aunque no siempre es fácil para los verificadores, consideramos que la combinación de esa información verídica con estrategias discursivas que también busquen el tono jocoso podría ser efectiva a la hora de contrarrestar no solo las afirmaciones que contienen las desinformaciones sino, sobre todo, los marcos de ridiculización activados por ellas. Por el contrario, el pretendido realismo utilizado para desprestigiar a los inmigrantes precisa de labores de investigación que los verificadores llevan a cabo con dedicación minuciosa. Los textos que acompañan las verificaciones deberían hacer énfasis en los marcos que intentan activar los desinformadores y concienciar sobre la vulnerabilidad a la que este colectivo está abocado.

Las conclusiones de este trabajo podrán ser actualizadas en futuras revisiones de acuerdo a los cambios que muestren las desinformaciones referidas a estos tres colectivos vulnerables. Será interesante estudiar a fondo las características pragmáticas

de las desinformaciones en torno a dos debates sociales de fuerte relevancia en el contexto discursivo español como son la ley trans y la reforma de la ley del aborto. En cualquier caso, este trabajo pretende contribuir a la reivindicación del análisis discursivo desde una perspectiva sociocognitiva como un enfoque adecuado para conocer las claves de los discursos desinformativos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bañón Hernández, A.M. (2006). La asociación discursiva de terrorismo e inmigración. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 4, 259-277.
- Baumgartner, F.R. & Chaqués-Bonafont, L. (2015). All news is bad news: Newspaper coverage of political parties in Spain. *Political communication*, 32 (2). <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.919974>.
- Bonet-Martí, J. (2020). Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales. *Psicoperspectivas*, 19 (3). <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue3-fulltext-2040>.
- Carrera, P. (2018). Estrategias de la posverdad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1469-1482. <http://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1317>.
- Comisión Europea (2018). Flash Eurobarometer 464. *Fake news and disinformation online*. <https://bit.ly/3eQinYv>.
- Crespo Fernández, E. (2008). El léxico de la inmigración: atenuación y ofensa verbal en la prensa alicantina. In M. Martínez Lirola (ed.), *Inmigración, Discurso y Medios de Comunicación* (pp. 45-65). Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert.
- Cruz Moya, O. (2020). De “lobos solitarios” a “carpas africanas”: estrategias de despersonalización en las metáforas empleadas por el discurso periodístico en torno a los refugiados. *Tonos digital*, 38, 1-15. <http://bit.ly/3IdGgE3>.
- van Dijk, T.A. (2012). *Discurso y Sociedad*. Barcelona: Gedisa.
- van Dijk, T.A. (2016). Estudios Críticos del Discurso: un enfoque sociocognitivo. *Discurso y Sociedad*, 10 (1), 167-193.
- Ferreira, C. (2019). VOX como representante de la derecha radical en España: Un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73-98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>.
- García, Y. (2020). En España no existen tribunales “solo para hombres”. *Newtral*. <http://bit.ly/3Ekn0UI>.
- Hallin, D.C., Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>.
- Herrero-Diz, P., Pérez-Escolar, M. & Plaza Sánchez, J.F. (2020). Desinformación de género: análisis de los bulos de Maldito Feminismo. *Icono 14*, 18 (2), 188-216. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1509>.
- Krause, N.M., Freiling, I., Beets, B. & Brossard, D. (2020). Fact-checking as risk communication: the multi-layered risk of misinformation in times of COVID-19. *Journal of Risk Research*, 23 (7-8), 1052-1059. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1756385>.
- Lakoff, G. (2004). *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate. The Essential Guide for Progressives*. London: Chelsea Green Publishing.
- Lewandowsky, S., Ecker, U.K. & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6 (4), 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
- Magallon-Rosa, R. (2021). La agenda que queda fuera de los medios. Desinformación y «fact-checking» sobre (in)migración. *Migraciones. Publicación Del Instituto Universitario De Estudios Sobre Migraciones*, (52), 59-87. <https://doi.org/10.14422/mig.i52.y2021.003>.
- Maldita (2020a). No, este vídeo de una patera desembarcando en una playa en Chiclana (Cádiz) no es actual ni tiene relación con la pandemia de COVID-19. *Maldito Bulo*, 19.08.2020. <http://bit.ly/3Icvq1f>.
- Maldita (2020b). No, estos carteles que ofrecen el carnet de camión gratis “sólo para inmigrantes” no son actuales y la Junta de Andalucía niega que esté ofreciendo cursos de formación dirigidos exclusivamente a ese colectivo, 6.11.2020. <http://bit.ly/3IeNfwA>.

- Maldita (2022a). No, La Unión Europea (UE) impondrá sanciones disciplinarias al Real Madrid, debido a que el club se negó a portar la bandera en ‘apoyo’ a la comunidad [LGTBI]. *Maldito Bulo*, 8.07.2022. <http://bit.ly/3EgqzLa>.
- Maldita (2022b). No, El País no ha publicado un artículo sobre ‘Cofertility’, la “moda” de incorporar a los matrimonios a un hombre africano para fecundar a la mujer”: es un montaje. *Maldito Bulo*, 22.09.2022. <http://bit.ly/3xvLYwr>.
- Maldita (2022c). ¿Qué sabemos del caso del “hombre” que “cambia de género y se libra de una denuncia por violencia machista”?, 22.09.2022. <http://bit.ly/3Iwz73g>.
- Martín Campos, A. (16/04/2021). Monasterio dice que los “inmigrantes ilegales” reciben más ayudas que los trabajadores en ERTE, pero es falso. *Newtral*. <http://bit.ly/3KkXEty>.
- Masip, P., Suau, J., & Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la información*, 29 (5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>.
- Mitchell, A., Gottfried, J., Stocking, G., Walker, M. & Fedeli, S. (2019). Many Americans say made-up news is a critical problem that needs to be fixed. Error! *Peer Research Center*. <http://bit.ly/3XFjnzo>.
- Mottola, S. (2020). Las fake news como fenómeno social. Análisis lingüístico y poder persuasivo de bulos en italiano y español. *Discurso & Sociedad*, 14 (3), 683-706. <https://bit.ly/3YFZjhD>.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S. & Nielsen, R.K. (2020). Digital News Report 2020. *Reuters Institute*. <https://bit.ly/3kfFeiW>.
- Pal, A. & Banerjee, S. (2019). Understanding Online Falsehood from the Perspective of Social Problem. In I.E. Chiluwá & S.A. Samoilenko (eds.), *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online* (pp. 1-17). Hershey: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8535-0.ch001>.
- Rodríguez, E., Calderón, D., Kuric, S., Sanmartín, A. (2021). Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades, representaciones y experiencias en una realidad social compleja. *Madrid. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5205628>.
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>.
- Santamaría, E. (2002). Inmigración y barbarie. La construcción social y política del inmigrante como amenaza. *Papers*, 66, 59-75. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v66n0.1621>.
- Vosoughi, S., Rpy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359 (6380), 1146-1151. <http://doi.org/10.1126/science.aap9559>.