

# Os medios como (re)produtores de ciberviolencia simbólica.

## The media as (re)producers of symbolic cyberviolence.

Marga Tojo

Xornalistas Galegas. margatojogonz@gmail.com

Cátedra de Feminismos 4.0 DEPO-UVigo



**Contacto:**

Marga Tojo.  
Xornalistas Galegas.  
Galicia, España

Cátedra de Feminismos 4.0  
DEPO - UVigo



Universidade de Vigo

### Resumo

O discurso mediático participa na persistencia do estatus en termos de xénero. Produce e reproduce ciberviolencias. Os dispositivos biopolíticos da dixitalización exercen o disciplinamento a través de mecanismos complexos e dispersos. Non só emana directamente deles, senón que escala, deriva e se sustenta no continuo físico-virtual. Os medios xeran ideoloxía mediante a espectacularización da mensaxe informativa, de xeito especial nos acontecementos vencellados á violencia machista. A desinformación de xénero resulta lucrativa. Mais a prensa ten a capacidade de influír para modificar un sistema normativo que non ten en conta xénero, clase, nin racialización. A influencia da teoría feminista nos últimos anos tamén dentro das redaccións e medidas como o establecemento de redactoras xefas de xénero, figura experta que aínda non penetra no conxunto mediático galego, crean unha xanela de oportunidade para o cambio.

### Palabras clave

Ciberviolencia, medios, violencia simbólica, editoras de xénero.

### Abstract

Media discourse participates in the persistence of status in terms of gender. It produces and reproduces cyber violence. The biopolitical devices of digitization exercise discipline through complex and dispersed mechanisms. It not only emanates directly from them, but scales, drifts, and sustains itself on the physical-virtual continuum. The media generate ideology through the spectacularization of the news message, especially in events linked to sexist violence. Gender disinformation is profitable. But the press has the ability to influence to modify a regulatory system that does not take into account gender, class, or racialization. The influence of feminist theory in recent

---

years also within newsrooms and measures such as the establishment of gender editors, an expert figure who has not yet penetrated the galician media, creates a window of opportunity for change.

### **Keywords**

Cyber violence, media, symbolic violence, gender editors.

---

## **1. VIOLENCIA SIMBÓLICA MEDIÁTICA**

Os medios de comunicación ubícanse entre os actores discursivos que aseguran a continuidade do estatus en termos de xénero. Sobre todo, na ágora pública dixital –paradoxalmente privada e non neutral- no contexto tecnopolítico actual. A culturización de xénero e as violencias que comporta exércense e mantéñense por unha cuestión de poder e dominación. A crecente dixitalización incorpora estas narrativas, con especificidades e velocidades propias. A virtualidade adquire a dimensión de realidade desde o intre en que o son as consecuencias das interaccións que acolle.

A violencia simbólica manifestase nas relacións de poder e desigualdade que actúan con impunidade tras a aparencia de normalidade, en sintonía coa orde social (Bourdieu, Pierre, 1999). É un termo abordado con amplitude desde o feminismo para subliñar a violencia soterrada e subxacente que reproduce socialmente a subordinación feminina e os efectos nocivos sobre as vidas das mulleres en todas as súas dimensións.

A ciberviolencia é toda acción exercida en medios dixitais coa intención, máis ou menos consciente, de xerar un dano. Afecta sobre todo a mulleres.

Alén do específico dos termos, a ciberviolencia simbólica non é outra cousa que violencia machista contra as mulleres desenvolvida na realidade dixital con finalidade disciplinadora. Os medios de comunicación participan na produción e reprodución de ciberviolencias simbólicas. Moitas veces falamos dun continuo online-offline: iníciase no mundo físico e pasa ao dixital, e viceversa. Escala a velocidades inéditas.

A prensa representa un factor clave con capacidade tanto de xerar continuidade como de modificar un sistema social normativo que non ten en conta xénero, clase, nin racialización.

## 1.1. Un equilibrio inédito

Os medios non son alleos aos cambios impulsados polo feminismo e experimentados desde 2018. O Terceiro Informe Stop Machitroles (2023) da Cátedra de Feminismos 4.0 da Universidade de Vigo recompila noticias arredor de prensa escrita dixital relacionadas coa prevalencia e a tipoloxía do acoso machista dixital ao longo de nove meses e contrastado e complementado co medio estatal máis lido (El País) que, ademais, conta cunha correspondencia de xénero. Achéganos material de interese para unha análise de contido (Aigeneren, Miguel, 2009) con perspectiva xornalística desde a teoría feminista. Sen esquecer o peso da semántica, mais sobre todo como estudo das ideas comprendidas nos conceptos no marco das relacións de emisión e recepción dixital.

O Terceiro Informe Stop Machitroles (2023) recolle un equilibrio inédito dentro das versións dixitais da prensa escrita publicada en Galicia entre as informacións referidas ás ciberviolencias (49%) e aquelas referentes ás diversas accións para combatelas (51%). Apunta a realidade de que os medios progresistas informan sobre violencia de xénero dun xeito máis amplo e profundo e menos cinxido ao suceso, ben sexa pola presenza de xornalistas feministas *infiltradas* (Fernández, June, 2020), tanto nas plantillas como *freelance*, ou, principalmente, porque o medio adoptou medidas concretas, como incorporar unha coordinadora de xénero. Amosa unha evolución positiva na abordaxe informativa das violencias contra as mulleres e sitúanos nun momento susceptíbel aos cambios, unha xanela de oportunidade.

No 2019, menos do 1% das noticias trataba as desigualdades de xénero. A imaxe virilizada ao longo do ciclo informativo fráguase en medios masculinizados que redundan nun ciclo onde as fontes consultadas e os propios protagonistas das noticias son homes. O desequilibrio oscila entre as seccións. Economía é a máis desigual, cunha participación de mulleres entre 2 e 31 veces inferior (Kassova, Luba, 2020).

D'adamo, Orlando, Beaudoux, Virginia, e Freidenberg, Flavia (2000) definen a axenda como “unha lista de cuestións e acontecementos que se presentan ordenados nunha xerarquía de importancia nun particular momento”. Unha axenda mediática asentada na socialización de xénero forxa un clima de opinión nesgado e naturalizador das desigualdades. Os medios contribúen a facer hábito normativo do construto cultural que representa o xénero. O discurso mediático estrutura e, malia o desprestixio, produce verdade.

## 1.2. Novas estratexias para dominar os corpos

Os nesgos de xénero actúan como inhibidores de oportunidades, inflixindo desde idades temperás autocensura, retraemento, síndrome da impostora, incluso nas actuais xeracións, as de maior cualificación formal da historia. Son nesgos propios inoculados a través dos axentes sociais, políticos, económicos e culturais, que se suman aos externos.

Os medios de comunicación atinxen un alcance masivo nos anos 90 do século XX, co que non conviviran as feministas dos 70. Naomi Wolf (1990) denuncia entón o papel deste novo actor mediático hexemónico como grande aliado da construción e difusión do mito da beleza, o canon como forma de control das mulleres.

Hoxe a consciencia das novas formas e impactos dese mito dilúese, segundo suxire a escasa cantidade de noticias vencelladas coa violencia estética recollidas nos medios máis lidos en Galicia nos últimos nove meses (Terceiro Informe Stop Machitroles, 2023). A violencia simbólica está normalizada e as formas de exercer control adquiren formatos variábeis. O mandato da feminidade baixo a ollada dunha hiper-sexualización represiva, neoliberal e patriarcal, exerce o control dos corpos de xeitos diversos e mainstream. Por exemplo, mediante os filtros de TikTok e Instagram pensados para mulleres que derivan na creba psicolóxica entre a imaxe real e a virtual, e a relación directa cos likes, que xerarquizan socialmente as redes.

O corpo fica a ser espazo de loita de poder e a súa representación intencionada desde o estigma é quen aínda de lograr descrédito. As deepfakes sexuais, o porn fake, son novas formas de violencia sexual (moi semellantes ás vellas) que suponen retos xornalísticos de verificación, e desafíos técnicos e legais. A distinción entre o certo e o falso no mundo da posverdade decrece en valor social.

Na era da imaxe, a palabra mantén poder. Por que senón ían apropiarse da linguaxe os poderes e o mercado co propósito de domesticalos para os seus fins? Por que se non o xornalismo emprega eufemismos como “casas de citas”, “clubs de alterne” “sexo oral”, “clientes”, “loucura de amor”, “ciumes”... para falaren de prostíbulos, puteiros, violacións, tráfico de mulleres, explotación e violencia machista?

Mais, a carón da forza do discurso como conformador de verdade, o impacto da imaxe e a capacidade de manipulación medra e excede o framing ao adquirir renovadas estratexias cun alcance aínda por explorar.

A carón da ausencia de noticias que glosen o impacto da presión exercida mediante a transmisión máis ou menos velada, máis ou menos novidosa, do canon neoliberal de beleza, aparecen informacións sobre agresións machistas que teñen o corpo como centro. Nelas, elúdese o contexto do corpóreo socializado muller como lugar de dominación.

Determinados discursos e os seus reprocesamentos nos públicos producen normatividades sobre as maneiras de ser muller (nova e vella, pois tamén opera o edadismo), elaboran consensos e impulsan modos de vivir e sancionar (Elizalde, Silvia, 2013).

O deepfake, vídeo ou foto hiperrealista alterado dixitalmente, comeza a ocupar espazo nos medios. En xeral, recóllese como mera notificación da súa recente e crecente presenza, en casos onde implica mulleres de alcance mediático ou mozas menores de idade. Dá unha idea da cada vez maior conciencia e alarma social arredor do acoso escolar e das agresións a nenas, como suxire a elevada cantidade de noticias que mencionan o cyberbullying. En ocasións, representa máis a suma á abundancia conceptual a modo de tendencia que á abordaxe informativa contextualizada.

A difusión de falsos desnudos realizados sobre fotografías de varias rapazas en Almendralejo, Badajoz, en setembro do 2023, consolida a existencia dunha fórmula renovada de violencia machista: expoñer os corpos das mulleres á forza a través do irreal, amosar unha pretendida capacidade de dominación sen correlación directa no mundo tanxíbel pero con consecuencias físicas e psicolóxicas, na búsqueda da humillación e da represalia.

A chamada lei do 'só si é si' (Lei Orgánica 10/2022, do 6 de setembro, de garantía integral da liberdade sexual) non regula como delito sexual as deepfakes pero si asenta bases para abordalas no futuro "colocando o consentimento sexual como elemento estrutural do delito e incorporando o concepto de dano social nas violencias sexuais" (Serra, Laia, 2023). O Parlamento Europeo acaba de aprobar un informe para establecer o consentimento sexual como elemento central da lexislación europea, o que podería sinalar un camiño unificado tamén cara a abordaxe destes novos formatos de violencia.

### 1.3. Dixitalidade e desinformación de xénero

O GDI (Global Disinformation Index) define a desinformación como “narrativas antagonistas que provocan danos no mundo real”. A desinformación xera 213 millóns de euros anuais en ingresos publicitarios a través de 20.000 páxinas web (GDI, 2019). A desinformación de xénero ou machista (Occeñonda, Paige, 2018) é rendíbel porque entrou nos mecanismos lucrativos das narrativas do odio.

A confusión deliberada sobre a axenda do feminismo non é nova, pero o alcance da produción, circulación e consumo de noticias non só falsas senón nesgadas medra exponencialmente. A desinformación de xénero está ligada de forma estreita á violencia simbólica e ambas as dúas adquiren unha difusión inédita na dixitalización.

Tamén son xestoras de novas violencias machistas que poden devir ou que lexitiman as violencias física, psicolóxica, vicaria ou económica. Os bulos informativos xerados na sinerxia entre o mundo online e offline inclúen con asiduidade o cuestionamento da violencia de xénero, tanto para poñer en dúbida a relevancia como para manipular as cifras ou manter o mito das denuncias falsas (Herrero-Diz, Paula, et al., 2020).

Existe un rumbo cognitivo ao procesar información denominada razoamento motivado mediante o cal as persoas buscan de maneira inconsciente validar as súas crenzas preexistentes (Flynn, D.J., et al., 2017). Así, hai sectores máis proclives ao consumo de noticias falsas ou nesgadas que as reforcen.

Seis de cada dez cidadáns empregan as redes sociais para se informaren, pero unha cuarta parte admite non fixarse na fonte, o que fai pensar na facilidade de difusión de noticias erróneas (GDI e Universidad Carlos III, 2021).

Diversos estudos documentan a dificultade de combater a información errónea ou as fake news. As pezas informativas que buscan corrixir afirmacións incertas non sempre son efectivas (Wiesehomeier, Nina, e Flynn, D.J., 2020). Apuntan, ademais, unha correlación entre o uso recorrente de redes sociais como vía de acceso á información e a predisposición a outorgarlle credibilidade a noticias erróneas, mesmo entre persoas a priori non predispostas.

Outras abordaxes demostran que o fact-checking sobre noticias xa difundidas, o proceso sistemático de verificación de datos e feitos, si contribúe

de xeito rotundo a unha mellor información, só que non é un xénero para todos os públicos (Nyhan, Brendan, e Reifler, Jason, 2015).

Os medios pesan na construción de representacións mentais no imaxinario social. A prensa inflúe non só no conxunto social senón, en especial, nos xogos de poder de quen toma as decisións políticas e empresariais que, ao tempo, moldea as noticias. Os medios xeran ideoloxía mediante a espectacularización da mensaxe informativa, de xeito especial nos acontecementos vencellados coa violencia machista.

Houbo unha creba da liñalidade tradicional da emisión e recepción do discurso que suscita cambios nos paradigmas tradicionais da comunicación. O proceso é o mesmo pero mediado pola interconexión dunha multiplicidade de mensaxes, de contidos relacionados que ás veces reformulan e xeran novos discursos alleos á fonte orixinal.

Cando falamos de medios debemos referirnos tamén ás súas redes sociais e ao impacto de difusión. Preséntanse como axentes de socialización decisivos. Teñen unha notábel incidencia sobre o establecemento da axenda ao poñer o foco sobre determinados feitos susceptíbeis de interese informativo, desbotando outros.

A dixitalización altera os réximes de significación e comporta unha localización difusa da irradiación de poder. Os dispositivos biopolíticos mediáticos da dixitalización exercen o disciplinamento a través de mecanismos complexos e dispersos. Non só emana directamente deles.

A pandemia acelerou o impulso das narrativas dixitais. As redes gañan peso no consumo de noticias, coa mocidade como factor determinante no cambio de modelo. A porcentaxe de persoas que se informa entrando á web dos diarios pasa dun 32% no 2018 a un 22% no 2023 en todo o mundo, con valores semellantes no conxunto do territorio estatal. Ao tempo, o acceso ás noticias a través das redes sociais increméntase na mesma proporción (Digital News Report, 2023).

## **2. NECESIDADE DE FORMACIÓN E DA FIGURA DA REDACTORA XEFA DE XÉNERO NOS MEDIOS**

Resulta importante entender como un exercicio de responsabilidade incorporar a perspectiva de xénero de forma transversal nos medios en todas as seccións. A igualdade non é unha opinión senón un dereito fundamental constitucional e un requisito da democracia.

O relato de Ana Orantes no programa De tarde en tarde de Canal Sur, o 4 de decembro de 1997, cústalle a vida, asasinada trece días despois polo seu exmarido, pero significa o xerme de moitos avances.

Por primeira vez, a prensa nomea os malos tratos e arrinca a abordaxe mediática da violencia machista. Tamén acaba sendo a orixe da Lei Orgánica 1/2004, Medidas de Protección Integral contra a Violencia de Género que expresa a violencia exercida contra as mulleres “polo feito mesmo de selo, por ser consideradas polos seus agresores carentes dos dereitos mínimos de liberdade, respecto e capacidade de decisión”.

Ana Orantes espertou unha conciencia social e un debate que até ese momento só existía no seo do feminismo. Nas redaccións sempre houbo xornalistas feministas e profesionais con conciencia das desigualdades, pero o efecto do movemento ‘As xornalistas paramos’, o 8M do 2018, supuxo a constancia da existencia dunha masa crítica con potencialidade de suscitar mudanzas na profesión, que comeza a exercer presión para modificar as dinámicas internas.

As inercias dunha tradición masculinizada, tanto no poder mediático como na cultura xornalística, e o déficit de formación en xénero nas redaccións dificulta a incorporación da perspectiva de modo transversal.

Entón, como facer na práctica de cada día xornalismo con perspectiva de xénero?

Desde outubro do 2017 algúns medios foron incorporando a figura da editora de xénero, corresponsal de xénero ou redactora xefa de xénero. O pioneiro a nivel internacional foi The New York Times. En España, El País creou unha corresponsalía de xénero en maio do 2018, para planificar e mellorar a cobertura, e en setembro do mesmo ano eldiario.es nomeou unha redactora xefa desta materia, con vocación transversal. Polo momento, a inmensa maioría dos medios galegos non suman este posto á súa estrutura.



Xornalistas Galega reclama desde 2018 que se introduza esta figura experta en todas as redaccións. Igual que hai xefaturas doutras materias, a día de hoxe resulta necesaria tanto para a abordaxe de temas específicos como para facilitar que a perspectiva de xénero se incorpore ás rutinas informativas en todo tipo de noticias, de forma correcta e coordinada.

Aínda existe unha tendencia a limitar a perspectiva feminista a datas sinaladas como o 8M ou o 25N. E dáse un déficit na incorporación da interseccionalidade como ferramenta de análise que recoñece que as desigualdades se configuran por superposición de factores sociais como xénero, clase ou racialización.

Algunhas investigadoras cuestionan a viabilidade da formación de cadros de persoal enteiros de xornalistas no actual contexto de “crise-estafa” no sector da prensa (Fernández, June, 2020), dada a elevada eventualidade, a precariedade e a tendencia a adquirir informacións en profundidade de xornalistas freelance (e non por iso con menores coñecementos en xénero, ás veces ao contrario).

O futuro ideal debería aspirar a que o groso das persoas profesionais galegas da comunicación alcancen un grao de formación mínimo operativo en cuestións de xénero. Neste sentido, o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia prepara no 2021 un equipo de formadoras e formadores na axeitada abordaxe mediática das violencias machistas para as redaccións dos medios galegos.

## **2.2 A realidade destapada dentro das redaccións**

O 73% das xornalistas enquisadas por Reporteiros sen Fronteiras (2021) considera perigoso para elas o espazo virtual. É onde se rexistra maior número de agresións machistas desde o punto de vista do desenvolvemento do oficio: mensaxes en redes sociais, hackeo de contas, divulgación de información persoal, troleo ou ataques masivos na manófera.

Mais tamén sinalan a violencia á que se enfrontan no espazo físico das redaccións. Un 58% das enquisadas describen o seu posto de traballo como unha contorna na que se cometen agresións sexistas.

Alén do custo persoal, o impacto destas agresións no xornalismo devén moitas veces autocensura, renuncia forzada e silencio que reduce o pluralismo e o rigor informativo e menoscaba, en último termo, a democracia.

A violencia sexual era case invisíbel até que a prensa se detivo na violación grupal coñecida como Caso da Manda, no 2016. Trátase da primeira cobertura mediática ampla dun caso semellante, grazas á sensibilidade impulsada desde o feminismo na sociedade e nas propias redaccións, onde moitas xornalistas acolleron o movemento e mesmo se asociaron para fomentar a visión de xénero, como aconteceu coa creación da asociación Xornalistas Galegas (2018). A agresión sexual convértese no tipo de violencia machista á que maior atención prestan os medios (Terceiro Informe Stop Machitroles, 2023).

A partir de ahí fanse visíbeis outros casos e crecen as violacións grupais, onde se humilla a través da celebración compartida dos valores de dominación. No conxunto do territorio estatal, increméntanse 56% entre 2016 e 2021, pasan de 371 a 573 (Ministerio do Interior, 2022). Nunha de cada catro ocasións cun agresor menor de idade (femicidios.net, 2022). Con todo, o 95,7% das agresións sexuais teñen un único responsábel.

A violación é a violencia máis antiga coa que se persegue o dominio e a posesión da muller e emítese desde unha estrutura patriarcal. Por iso, a presentación nos medios como feitos illados non responde ao problema sistémico real de desigualdade violenta. O problema máis grave non reside nos facilitadores, como o acceso temperán ao negocio da pornografía, senón na esencia mesma na que se edifica, o que se significa erroneamente como identidades da masculinidade e da feminidade. Non é sexo senón un exercicio de poder violento. Tampouco debería caerse na moralización que entende o porno como un inconveniente per se, senón no que se crea dentro dun negocio altamente lucrativo, falocéntrico e instalado na violencia contra as mulleres.

A violación adoita ser a violencia sexual que maior interese informativo suscita. Os casos que alcanzan maior difusión son aqueles que permiten dar conta de condutas hiper-sexualizadas en lugares públicos onde o violador é un descoñecido ou un grupo de descoñecidos, con detalles no relato de actos que emulan accións de grande performatividade.

Acontece o mesmo no tratamento informativo da violencia sexual en entornos de ocio nocturno con consumo de drogas e alcohol, con frecuencia denominada submisión química, onde se transmite a errónea sensación dun agresor alleo á contorna da agredida, cando, por estatística, os descoñecidos representan unha porcentaxe baixa (30%, segundo o Observatorio Noctámbul@s).

Os casos de agresores sexuais vencellados ao mundo do fútbol adquiren relevancia neste contexto. Polo seguemento social do fútbol de primeira división, son máis visíbeis que noutras disciplinas deportivas.

Con frecuencia a información abórdase a través das redaccións deportivas ou de xornalistas formados en cuestións alleas á violencia contra as mulleres. A pesar dos avances, careceron de espazo os abusos cometidos por deportistas e os de dentro dos vestiarios, exercidos por adestradores e seleccionadores. Abórdanse a través doutras sección, como sociedade ou opinión, tendo en conta que menos do 20% das opinadoras son mulleres (As mulleres que opinan son perigosas, 2022).

Con todo, en Galicia houbo e hai bos exemplos de xornalistas deportivas que abriron camiño: Paula Montes, Patricia R. Juste, Loreto Costa, Zeltia Regueiro, Leticia Chas, Sara Gallego, Míriam Vázquez, Nieves D. Amil, Susana Falcón, Miriam Tembrás, Ana Guantes, Carolina Pernas, Silvia Vieito, Rocío Candal, Silvia Viqueira, Ana Carragal, Cristina Guillén, Silvia Carregal, Araceli Gonda ou Silvia Castiñeiras, entre outras.

O #metoo, en outubro de 2017, ten por obxectivo denunciar violencias sexuais frecuentes de extrema gravidade silencias. O #seacabó ou #acabouse repara en violencias menos perceptíbeis exercidas no cotián.

O #acabouse en apoio á xogadora Jenni Hermoso polo bico non consentido do entón presidente da Federación Española de Fútbol, Luis Rubiales, leva ás xornalistas a alzaren a voz en primeira persoa. Primeiro, desde as redaccións deportivas, como a denuncia en redes de Claudya Carolina, que alcanza case un millón e medio de visualizacións en X. Pasando pola pregunta da comunicadora Gemma Herrero: "Como iamos explicar a situación das futbolistas se estamos rodeadas de Rubiales?". E chergando aos relatos de xornalistas como Sara Brito, Paula Corroto ou Clara Roca.

## **2.2 Unha oportunidade para o xornalismo local**

Existe un vínculo estreito entre a violencia mediática e a violencia simbólica. A violencia simbólica configura e reconfigura os mecanismos de transmisión da violencia sexual. O discurso mediático forma parte das condicións

necesarias para que reproduzan as desigualdades de xénero (Castells, Laura e Burgos, Ana, 2023).

A violencia simbólica interiorízase como valores inmutábeis. A transmisión de mensaxes que reforzan estereotipos e relacións de poder desiguais consolidan a desigualdade imposta na que se asenta o machismo. A estigmatización que segrega non só naturaliza a subordinación das mulleres senón que lexitima os abusos.

A confianza nos medios de comunicación mantense no seu nivel máis baixo desde 2015. Decece dous puntos porcentuais no último ano (Digital News Report, 2023). A diminución da confianza é elevada no conxunto das cabeceiras, coa excepción dos xornais rexionais e locais, que obteñen a aprobación de máis do 50% (Digital News Report, 2021). Suxire unha oportunidade para facer bo xornalismo, aliñado contra a desinformación de xénero, desde a prensa máis cercana.

A maioría social foi aculturizada no sistema simbólico que oprime as mulleres. Dáse, como mínimo, un nesgo de xénero na subxectividade de nove de cada dez homes e de máis de oito de cada dez mulleres (PNUD, 2020).

A dominación exercida mediante a violencia simbólica é aceptada como unha orde natural, tamén polas persoas subordinadas. Son conceptos esbozados por Bordieau que atopan precedente na célebre reflexión de Simone de Beauvoir: "O opresor non sería tan forte se non tivese cómplices entre os propios oprimidos". Mais sempre desligando a complicidade da voluntariedade, pois foi imposta a través do filtro do código opresor.

Os medios posúen un papel lexitimador dos estereotipos e valores enxendrados na violencia simbólica e atópanse ante unha interesante xanela de oportunidade para o cambio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aigeneren, Miguel (2009). *Análisis de contenido: una introducción*. Universidad de Antioquia.
- Aresti, Lore (1997) *La violencia Impune. Una mirada sobre la Violencia Sexual contra la Mujer. Daño psicológico y estrategias de apoyo*. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Bourdieu, Pierre (1999), "Violencia simbólica y luchas políticas", en *Meditaciones pascaliana*. Anagrama, Colección Argumento.
- D'adamo, Orlando, García Beaudoux, Virginia, e Freidenberg, Flavia (2000). *Efectos políticos de los medios de comunicación. Un análisis de la función de establecimiento de la agenda*. Psicología Política, 20.
- Elizalde, Silvia (2013). Mujeres jóvenes y significaciones mediáticas del género y la sexualidad, en *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la cultura*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata, Argentina.
- Flynn, D. J., Nyhan, Brendan e Reifler, Jason (2017). *The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics*. *Advances in Political Psychology*, 38.
- Herrero-Diz, Paula, Pérez-Escolar, Marta e Plaza Sánchez, Juan Francisco (2020). *Desinformación de género: Análisis de los bulos de Maldito Feminismo*. Icono 14.
- Lewis, Rebecca e Marwick, Alice (2017). *Taking the Red Pill: Ideological Motivations for Spreading Online*. University of Pennsylvania Annenberg School for Communication.
- Maglie, Graciela (1989) Violencia de género y televisión. El recurso del silencio. En *La Mujer y la Violencia Invisible*. Eva Giberti e Ana María Fernández compiladoras. Editorial Sudamericana.
- Nyhan, Brendan e Reifler, Jason (2015). *Estimating fact-checking's effects*. American Press Institute.
- Occeñola, Paige (2018). *Fake news real women: Disinformation gone macho. When disinformation is weaponized against women, misogyny rears its ugly head*. Rappler.
- Paris, Britt e Donovan, Joan (2019). *Deepfakes and cheapfakes: The manipulation of audio and visual evidence*. Data & Society.
- Serra, Laia (8 de xuño de 2023). *Violencia e intimidación vs consentimiento*. Eldiario.es.
- Wiesehomeier, Nina, e Flynn, D.J., (2020). *¿Quién se cree las 'fake news' en España?* School of Global and Public Affairs, IE University.

