

Desinformación de Género

en el contexto electoral
argentino de 2023

INFORME

2024 | Junio

Índice

0. Resumen ejecutivo	3	Ir a página
1. Introducción	8	Ir a página
• Introducción al fenómeno de la desinformación	8	Ir a página
• Introducción a la desinformación de género	8	Ir a página
2. Objetivos de la investigación	12	Ir a página
3. Metodología	13	Ir a página
• Selección de contenidos a analizar	13	Ir a página
• Análisis de narrativas	14	Ir a página
• Análisis de terminología y tono de los mensajes desinformantes	15	Ir a página
4. Hallazgos	16	Ir a página
• Contenidos desinformantes o difamatorios referidos a políticas y políticos. Narrativas emergentes	16	Ir a página
› Cuestionamientos sobre la salud mental o señalamientos de consumo problemático de sustancias	16	Ir a página
› Acusaciones de falta de calificación para nombramientos políticos	18	Ir a página
› Caracterización como personas banales	20	Ir a página
› Caracterización como villanos	21	Ir a página
› Acusaciones por corrupción o mal desempeño de funciones	22	Ir a página
› Acusaciones por traicionar las ideas o posturas del partido al que pertenecen	23	Ir a página
• Contenidos desinformantes relacionados con la agenda de género	25	Ir a página
› Acusaciones y desinformaciones a candidatas y candidatos surgidas a partir de sus menciones a la agenda de género	25	Ir a página
› Desinformaciones sobre el ministerio de las mujeres, géneros y diversidad y otras medidas sobre la agenda de género	27	Ir a página
› Desinformaciones sobre la educación sexual integral (ESI)	29	Ir a página
5. Terminología y tono los mensajes desinformantes y acusaciones	32	Ir a página
6. Conclusiones	34	Ir a página
7. Bibliografía	37	Ir a página

0. Resumen ejecutivo

Este informe presenta la investigación que realizó Chequeado sobre las desinformaciones de género que circularon en la Argentina en el contexto electoral argentino del 2023, desde junio -inicio de la campaña electoral- hasta el 24 de noviembre que corresponde a la semana posterior al balotaje por la presidencia, en el cual se analizaron contenidos basados en falsedades que perjudican tanto a personas activas políticamente durante el proceso electoral, así como también a temas relacionados con la agenda de género discutidos en campañas y propuestas de gobierno. La investigación fue hecha en el marco del proyecto denominado Ser y hacer política: fortaleciendo la participación de mujeres y diversidades sin violencias en la política coordinado por ELA Equipo Latinoamericano de Justicia y Género financiado por Luminare.

El análisis está basado en las desinformaciones -detectadas por Chequeado como parte de la investigación- que han circulado como publicaciones, posts o notas periodísticas tanto en medios de comunicación como en redes sociales a través de cuentas o grupos abiertos y públicamente disponibles y no incluye contenidos que sólo circularon en grupos privados, por ejemplo, de Facebook o Telegram. De todos los contenidos encontrados en redes sociales se seleccionaron aquellos que resultaron relevantes tanto en la discusión pública y/o por evidenciar gran cantidad de interacciones en redes sociales, entendidas como comentarios, compartidos, reacciones, "likes". En total fueron analizados 226 contenidos desinformantes y/o acusatorios en relación a la temática de estudio. Como parte del análisis cualitativo y comparativo se identificaron las principales narrativas emergentes; se analizó la naturaleza, tipo y cantidad de contenidos correspondientes a cada narrativa y se examinó el tipo de lenguaje, terminología y tono de los contenidos (como el uso de términos denigrantes, adjetivación o apodos, el uso de insultos o incitación a la violencia).

Entendemos por desinformación de género aquellas desinformaciones o narrativas desinformantes que afectan tanto a mujeres como a personas con identidad de género y/o orientación sexual

diversa y que, por sus características, se diferencian de las que afectan a hombres. Este tipo de desinformación es especialmente notoria en el caso de personas activas social o políticamente, como políticas, activistas, periodistas y figuras públicas. El abordaje de desinformación de género también abarca la desinformación sobre temáticas vinculadas a las agendas de género, como los derechos y medidas que promueven el respeto a la identidad de género y la orientación sexual o que buscan disminuir las violencias e inequidades de género.

Como la mayoría de las desinformaciones, las de género se nutren de los prejuicios existentes en la sociedad para crear credibilidad en la información falsa que está siendo difundida. En muchos casos suelen estar teñidas de sesgos misóginos, e invocan estereotipos y roles de género tradicionales en la sociedad. Muchas de las campañas de desinformación de género suelen promover la narrativa de que las mujeres supuestamente no están capacitadas para la vida política a partir de falsa información sobre sus calificaciones, experiencia y/o inteligencia. Esto daña su reputación y deslegitima su actividad política. Además, los ataques generados a raíz de estas desinformaciones suelen disuadir a las mujeres de participar activamente en redes sociales y en el debate público. Esto genera la percepción de que las mujeres no desempeñan un papel relevante o activo en la vida política, a la vez que puede disuadir a otras a seguir carreras políticas por los riesgos que ello conllevaría.

La desinformación de género ejerce un impacto en la sociedad y en la democracia. Al distorsionar la percepción pública y manipular la opinión ciudadana con información falsa dificulta la toma de decisiones informadas, y desvía la conversación política entorpeciendo la discusión de temas relevantes y necesarios para el desarrollo democrático. Además, al perpetuar estereotipos dañinos, amplifica tensiones, aumenta la intolerancia social y polariza las discusiones, lo que dificulta el diálogo constructivo y la búsqueda de soluciones consensuadas.

La desinformación que afecta diferencialmente a mujeres y diversidades socava la legitimidad de su actividad política, corre el foco de discusión de sus propuestas y debilita, o incluso disuade, de su participación en procesos políticos. Esta situación agudiza la brecha preexistente en cuanto a

representación y visibilidad de sus ideas en la esfera pública, perpetuando los obstáculos, inequidades y niveles de participación en el ámbito político.

Entender las particulares y características que toma la desinformación de género dentro del contexto político, especialmente durante un período electoral, es crucial para detectar qué grupos pueden ser más propensos a ser víctimas de ataques y desinformación, y qué temáticas están siendo deslegitimadas. Esto nos permite poder planificar estrategias específicas y basadas en evidencia para mitigar el impacto de las desinformaciones, tanto en las personas afectadas como en los temas discutidos y, en suma, el propio proceso democrático.

Hallazgos



Durante el período electoral argentino 2023, a diferencia de lo que sucede en otros países (ver por ejemplo, [acá](#), [acá](#), [acá](#), [acá](#) y [acá](#)), encontramos que la desinformación de género se centró particularmente en ataques y deslegitimaciones a las políticas relacionadas con la agenda de género, con contenidos desinformantes altamente viralizados y, en muchos casos, promovidos por candidatos o referentes políticos, en lugar de ataques y desinformaciones relacionados con el género tanto de candidatas como de candidatos.

Los tres focos principales fueron:

- Cuestionamientos sobre el accionar del Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, particularmente señalando negativamente y con datos falsos el presupuesto total de la cartera, sus gastos, el porcentaje de los fondos que se destinan a sueldos y sobre supuestos programas que se financiarían desde el Ministerio.

El cuestionamiento sobre la efectividad o la importancia del accionar del Ministerio fue promovido por candidatas y referentes de La Libertad Avanza que incluyó a este Ministerio en la lista de las carteras que eliminaría en caso de llegar a la Presidencia y, según un análisis realizado por Trespuntozero y Grupo de Opinión Pública, fue una de las propuestas del partido que tuvo

mayor aceptación. La eliminación del Ministerio finalmente se concretó una vez que el candidato fue elegido Presidente y asumió en el cargo el 10 de diciembre de 2023.

- Desinformaciones altamente viralizadas sobre falsas medidas de gobierno o propuestas de campaña relacionadas con temas de género que generaron indignación y rechazo sobre políticas, por ejemplo, de supuestas transferencias de fondos a personas del colectivo LGBTIQ+.
- Educación Sexual Integral (ESI): cuestionamientos sobre su implementación y falsedades sobre sus objetivos y contenidos. Muchos de estos contenidos también fueron promovidos por candidatos y referentes de La Libertad Avanza quienes propusieron desde su plataforma electoral eliminar la obligatoriedad de la Educación Sexual Integral en todos los niveles de enseñanza y repitieron en numerosas acciones de campaña que la ESI es “ideología de género” y que su objetivo es “adoctrinar” a los alumnos y alumnas, y que forma parte de “la agenda postmarxista” y está vinculada a la destrucción de la familia y con el objetivo de “exterminar a la población”.

Por el nivel de circulación de desinformaciones asociadas a esta narrativa, la interrelación de los actores que la promovieron y sus conexiones con otros actores a nivel de intencionalidad, estos resultados fueron abordados como caso de estudio. Los hallazgos de este análisis se presentan en el informe especial [**“Educación Sexual Integral: desinformaciones difundidas durante las elecciones argentinas de 2023”**](#).



En relación a los **ataques y desinformaciones que afectaron a personas individuales** (tanto a candidatas como candidatos) en el marco del análisis de género, estos se produjeron principalmente a partir de los dichos, posturas o propuestas que las candidatas y candidatos realizaron sobre temas de género durante el período electoral.

Por otro lado, respecto de los análisis dirigidos a identificar potenciales diferencias o particularidades en los contenidos desinformantes entre hombres y mujeres, encontramos:

- No se encontró un desequilibrio evidente en cuanto a los **patrones y tipos de narrativas** utilizados para difundir desinformación sobre mujeres y hombres, así como tampoco en la **canti-**

dad de contenidos detectados.

- Tanto en los contenidos desinformantes dirigidos a hombres, mujeres y disidencias como en los comentarios de los usuarios surgidos en respuesta a las desinformaciones, no se encontraron diferencias significativas en el **tipo de tono, lenguaje o terminología** utilizados, ni en el uso de términos denigrantes, adjetivaciones, apodos, señalamientos peyorativos o incitaciones a la violencia relacionadas con el género.

Estos hallazgos sugieren que, a pesar de la presencia de grandes volúmenes de desinformación en el ámbito político, no se observó una discriminación marcada relativa al género en la manera en que se difamó o se generó desinformación contra candidatos y candidatas durante el período electoral 2023. La desinformación analizada con perspectiva de género se centró en numerosos cuestionamientos y falsedades sobre temas de la agenda de género y las políticas públicas asociadas, muchas veces promovidas por los propios candidatos o referentes políticos.

Autoría: Leticia Smal

Colaboración: Juana Dellatorre

Edición: Olivia Sohr

Diseño: Matías Severo

1. Introducción

Introducción al fenómeno de la desinformación

Las desinformaciones son contenidos falsos o engañosos en los que se inventan cosas que no sucedieron, o que están basados en hechos reales pero que están sacados de contexto o son tergiversados para cambiarles el sentido, como imágenes de un hecho pasado que se presentan como actuales o videos manipulados o editados de tal forma que tengan un sentido diferente al original.

Estos contenidos falsos o engañosos circulan en distintos medios y plataformas, pero sobre todo en redes sociales y servicios de mensajería instantánea, como cadenas de audio de WhatsApp, fotos, videos, publicaciones o posteos en Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, entre otras. La desinformación no es un fenómeno exclusivo de las redes sociales, también circula en otros soportes de información digital y de manera offline, en medios de comunicación que diseminan o amplifican desinformaciones.

Durante los períodos electorales, cuando se intensifica el interés en la actualidad política y el consumo de información, se crea un terreno fértil para la propagación de desinformación. En particular en Argentina, durante el período electoral del 2023, las redes sociales pasaron a tener un rol preponderante en las campañas políticas. Por lo tanto, analizar la difusión de desinformación en redes sociales durante este período se vuelve crucial para comprender su impacto y abordar los desafíos que plantea en el contexto político.

Introducción a la desinformación de género

Entendemos por desinformación de género aquellas desinformaciones o narrativas desinformantes que afectan tanto a mujeres como a personas con identidad de género y/o orientación sexual diversa (especialmente notoria en el caso de personas activas social o políticamente, como políticas, activistas, periodistas y figuras públicas), así como la des-

información sobre temáticas vinculadas a las agendas de género.

La desinformación de género no limita sus efectos a las personas individuales, sino que, como consecuencia de los ataques personales también, busca desacreditar sus causas o al colectivo al que pertenecen. En la misma línea, entendemos como desinformación de género a aquellos mensajes o contenidos que desinforman sobre temas relacionados con la agenda de género como los reclamos por derechos y medidas que buscan disminuir las inequidades, por ejemplo, la ley de identidad de género, el acceso al empleo formal para personas trans, transexuales y transgénero, derechos sexuales y reproductivos, la protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, la implementación de la educación sexual integral, entre otros.

Como la mayoría de las desinformaciones, la desinformación de género se nutre de los prejuicios existentes en la sociedad y en muchos casos están teñidas de sesgos misóginos. Suelen invocar estereotipos y normas de género, es decir lo que se espera sobre cómo deberían actuar, hablar, vestirse o comportarse las personas según su género (ver, por ejemplo, [acá](#), [acá](#), [acá](#) y [acá](#)).

Estas desinformaciones se intersectan con mensajes que no necesariamente son fácticos -como rumores y comentarios- pero que comunican los mismos prejuicios. Por ejemplo, se suelen enfocar -muchas veces de forma denigrante- en cuestiones como la apariencia física, o en su vida privada (como sus relaciones amorosas o familiares) y en su conformidad -o falta de conformidad- con las normas y roles tradicionales de género. En algunos casos, se explota su sexualidad, tanto con la difusión de imágenes sexualizadas como con la creación de falsos videos sexuales.

La desinformación de género convive con la violencia de género online -como el acoso y los discursos de odio- y se nutren mutuamente: los prejuicios y discursos de odio incitan a la creación y aceptación de desinformaciones, lo que a su vez alimentan la generación de más

discursos de odio. Este fenómeno puede tener graves consecuencias a nivel personal y en muchos casos, a través de amenazas y la divulgación de datos personales (como su número de teléfono o dirección), pone en riesgo la integridad física de las personas.

Muchos contenidos desinformantes se enmarcan en narrativas que comunican que las mujeres supuestamente no están capacitadas o están poco preparadas para liderar o para ocupar cargos públicos: que no tienen experiencia o que no dominan sus emociones, que son histéricas, locas, irracionales (ver por ejemplo [acá](#) o [acá](#)). Estas narrativas no solo se nutren de prejuicios sino que, al expandirse, los perpetúan.

De esta forma, se busca desautorizar su capacidad y deslegitimar su actividad política. Esto tiene consecuencias a nivel profesional. Por un lado, dañan su reputación, y por otro se ha visto que muchas mujeres activas políticamente dejan de participar activamente en las redes sociales (lo que se conoce como “*The Chilling effect*”) a causa de la violencia que reciben, muchas veces generadas a partir de desinformaciones.

Como consecuencia de este alejamiento de la participación en la discusión pública se potencia una ya existente disparidad en la visibilidad que tienen sus propuestas u opiniones en los medios de comunicación tradicionales. Esto genera, por un lado, la percepción de que las mujeres no desempeñan un papel relevante o activo en la vida política, y por otro, el alejamiento de las redes sociales o los mensajes de violencia se normalizan como “los costos de seguir una carrera política” (ver [acá](#)). Como consecuencia, puede disuadir a otras mujeres a seguir carreras políticas (ver [acá](#) y [acá](#)), ya sea porque no lo ven como una posibilidad real o por los riesgos que ello conllevaría, lo que mantiene o perpetúa los obstáculos e inequidades de representación y niveles de participación que tienen las mujeres y disidencias en la vida política.

La desinformación de género tiene efectos profundos en la política, la sociedad y la democracia. En primer lugar, al promover información falsa, distorsiona la percepción pública de ciertos temas y pretende manipular la opinión de la ciudadanía dificultando la toma de deci-

siones informadas. Además, al centrarse en falsedades o prejuicios, desvía o cambia el eje de la conversación política, entorpeciendo la discusión de temas relevantes y necesarios para el desarrollo democrático (ver por ejemplo [acá](#)).

Por otro lado, la desinformación influye en la manera en que se discuten temas relacionados con el género. Perpetúa estereotipos dañinos, amplifica tensiones y aumenta la intolerancia social, lo que fomenta divisiones y confrontaciones basadas en falsedades y prejuicios. Esto polariza las discusiones y dificulta el diálogo constructivo.

2. Objetivos de la investigación

El objetivo de esta investigación es identificar las principales características y patrones de la desinformación de género en el contexto electoral argentino del 2023, analizando mensajes basados en falsedades que perjudican tanto a personas activas políticamente durante el proceso electoral, como también a temas relacionados con la agenda de género presentes tanto en la discusión pública en redes sociales como en la campaña y propuestas de gobierno. discutidos en campañas y propuestas de gobierno.

3. Metodología

Durante la investigación se analizaron contenidos -publicaciones, posts o notas periodísticas- circulantes en redes sociales y medios de comunicación durante el período que abarca desde junio -inicio de la campaña electoral- hasta el 24 de noviembre que corresponde a la semana posterior al balotaje por la presidencia.

Selección de contenidos a analizar

Se seleccionaron aquellos contenidos enfocados en falsedades e inexactitudes que perjudican a individuos -ya sean mujeres, hombres o disidencias-, así como también a temas relacionados con la agenda de género, mediante la publicación de información inexacta sobre ellos, la invención de hechos, la atribución de frases que nunca dijeron, la manipulación de imágenes o videos, la descontextualización de hechos o imágenes reales para cambiar su significado original, entre otras formas de desinformación.

Para esta investigación se utilizaron dos corpus: por un lado todos los chequeos realizados por Chequeado durante el proceso electoral, y por otro se buscó activamente en redes sociales y medios de comunicación posts y notas periodísticas correspondientes con el tema de estudio.

La búsqueda activa de contenidos se hizo a partir de menciones directas, como de terminología, palabras claves y hashtags generalmente utilizados en mensajes desinformantes y/o acusatorios sobre el tema de estudio. Esta búsqueda activa se realizó mediante 3 criterios de búsqueda específicos:

- Menciones a las principales candidatas y candidatos, y otras personas activas políticamente del proceso electoral tanto nacional como provincial.
- Menciones a temas relacionados con la agenda de género, como el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, la Educación Sexual Integral (ESI), la Ley de Identidad de Género, entre otros temas discutidos en campañas.

- Mensajes publicados en cuentas, sitios y medios periodísticos identificados previamente por desinformar de manera sistemática o por tener alta circulación de contenido insultante.

Todas las cuentas y contenidos (posteos y notas) analizados fueron de cuentas o grupos abiertos y públicamente disponibles. No incluye contenidos que sólo circularon en grupos privados, por ejemplo, de Facebook, WhatsApp o Telegram.

De todos los contenidos encontrados en redes sociales se seleccionaron aquellos que resultaron relevantes en la discusión pública por evidenciar gran cantidad de interacciones, entendidas como comentarios, compartidos, reacciones, “likes”.

En total fueron analizados 226 contenidos desinformantes y/o acusatorios.

Análisis de narrativas

El análisis de la veracidad de cada pieza se tiene que hacer de manera individual, pero al analizarlas en su conjunto, se observa que no se trata de mensajes aislados sino que se construyen relatos que ofrecen una perspectiva muy particular sobre un tema dado. Así, cada falsedad puntual es interpretada por las audiencias como una confirmación adicional de estos relatos que buscan establecerse.

En el caso de la desinformación de género, existen narrativas que suelen atacar en mayor medida a mujeres que a hombres. Como aquellas que hacen referencia a que las mujeres supuestamente no están capacitadas para la vida política, que son débiles, que no dominan sus emociones, que son histéricas, locas, irracionales. O que los cargos políticos que tienen no son por su capacidad o experiencia sino por “acomodo”. También suelen poner en duda su salud mental y/o señalan un presunto consumo problemático de sustancias. También suele existir una gran desproporción entre mujeres y hombres en las narrativas que hacen referencia a su vida personal, como ser sus relaciones de pareja o sus gastos personales (especialmente en ropa, carteras, relojes, etc).

Existen otras narrativas desinformantes respecto a personas activas políticamente que suelen atacar en la misma proporción a hombres, mujeres y disidencias, como las que, sin evidencia o con datos falsos, acusan de corrupción, de una mala gestión o refieren a su patrimonio o fortuna personal.

En este estudio, y a partir de los contenidos seleccionados, se identificaron las narrativas principales que emergen de ellos. Cada contenido se ubicó dentro de estas narrativas según su tema y perspectiva. Esta clasificación pasó por un proceso de doble validación, realizada por dos personas diferentes de manera independiente.

Con el fin de detectar potenciales diferencias entre hombres, mujeres y disidencias en cuanto al tipo y naturaleza de las acusaciones, se comparó entre géneros la cantidad de piezas desinformantes de cada narrativa.

Análisis de terminología y tono de los mensajes desinformantes

La desinformación que se fabrica sobre mujeres, hombres y disidencias se diferencia no solo por los temas o narrativas que afectan a cada género, sino también en cómo se expresan esos mensajes, el lenguaje, terminología y/o el tono usado.

Con el fin de detectar si existen diferencias entre hombres, mujeres y disidencias en cuanto al tipo de tono y lenguaje utilizado, así como también las características que toman aquellos contenidos referidos a la agenda de género, se analizaron los mensajes tanto de las publicaciones y notas desinformantes como de comentarios hechos por los usuarios en respuesta a los contenidos desinformantes. Se examinó el tipo de lenguaje y la terminología que se utiliza para referirse a la persona perjudicada -o al tema al que hace referencia- como el uso de términos denigrantes, adjetivación o apodos, si señalan peyorativamente alguna característica particular de las personas atacadas, el uso de insultos o incitación a la violencia.

4. Hallazgos

Contenidos desinformantes o difamatorios referidos a políticas y políticos.

En el análisis de los mensajes desinformantes y difamatorios encontramos las siguientes narrativas principales:

Cuestionamientos sobre la salud mental o señalamientos de consumo problemático de sustancias.

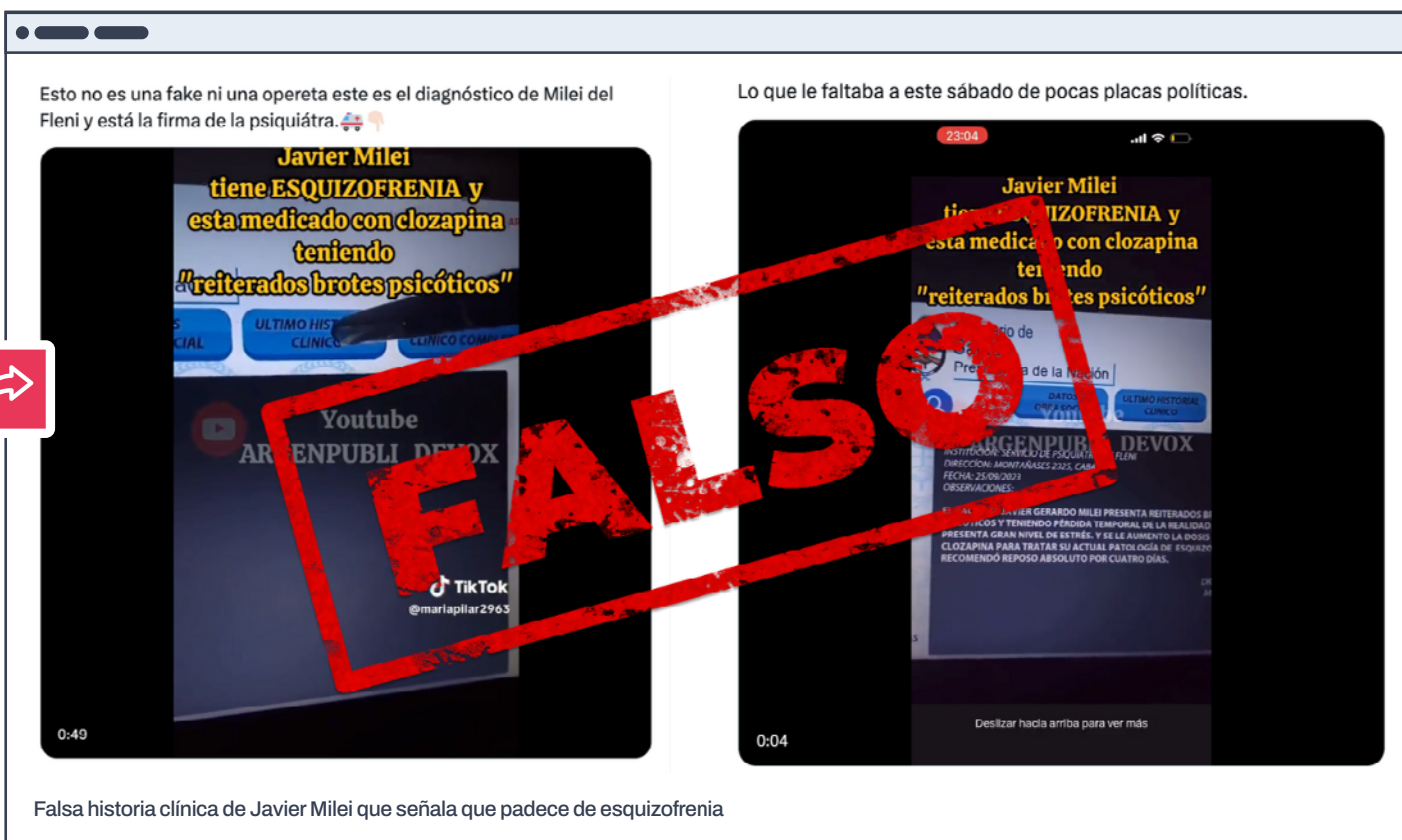
Las acusaciones sobre el consumo de drogas o alcohol, así como los cuestionamientos sobre la salud mental, son utilizados para desacreditar a políticos y políticas, poniendo en duda su capacidad de tomar decisiones o ejercer cargos públicos, o ser tomados en serio en la política.

Fueron numerosos los contenidos encontrados bajo esta narrativa:

- Varias imágenes, videos o comentarios señalaron supuestos estados de borrachera o de consumo excesivo de alcohol por parte de la candidata a Presidenta Patricia Bullrich. Como este video que la muestra arrastrando las palabras, **pero que en realidad fue manipulado ralentizándolo para sugerir que estaba alcoholizada** durante su salud por el Año Nuevo judío. O como este video manipulado donde, **a través de un agregado digital de efecto de sonido**, se la ve eructando durante una entrevista en televisión; entre muchos otros.



- De igual modo, fueron muchos los contenidos acusando al candidato presidencial Sergio Massa de ser adicto o consumir cocaína. Como este video donde supuestamente se lo muestra consumiendo un polvo blanco que señalan ser cocaína, pero en realidad **es un video manipulado** en el cual se sustituyó al protagonista original por Massa. O esta imagen donde **se lo ve cubierto de harina pero que las publicaciones desinformantes indican que es cocaína**, entre muchos **otros contenidos** relacionados.
- Fueron varios los contenidos desinformando sobre la salud mental del candidato presidencial Javier Milei, como este **con una falsa historia clínica** con el presunto diagnóstico de “esquizofrenia”. O **una imagen falsa** viralizada, donde se lo acusa de estar tomando medicación psiquiátrica antes del debate presidencial.



- También fueron varios los rumores o cuestionamientos sobre la salud mental de Patricia Bullrich luego que fuese asistida por personal de salud por presentar conjuntivitis al finalizar el debate presidencial. Si bien lo que se diga en rumores o apreciaciones no son aptos de ser chequeados, incluimos este ejemplo por la relevancia que adquiere dentro del marco de análisis. Uno de los tantos mensajes viralizados, fue este tuit de la cuenta @ElTrumpista -que cuenta

con más de 125.000 seguidores y que suele compartir contenido problemático y/o desinformante- que indica “*Me comentan que Bullrich tras el debate estuvo toda la noche con ataques de pánico. Esta mañana no la podían despertar, estaba realmente muy mal. Está rodeada de psiquiatras y especialistas en salud mental que la están ayudando. Esta guardada. Se podría bajar. Delicado todo.*”

- Malena Galmarini, candidata a la Intendencia por el partido de Tigre, fue acusada, sin ningún tipo de evidencia y a través de un tuit viral, de atacar durante un brote psicótico a dos policías y de estrangular a un adolescente que vestía una remera de Millei
- Sergio Massa también fue acusado falsamente de tener respuestas violentas, como **esta desinformación donde se lo acusa** de haber lanzado un vaso de vidrio que provocó un corte en la cabeza a un camarógrafo luego de la entrevista del 5 de noviembre en LN+.

Acusaciones de falta de calificación para nombramientos políticos.

Un forma muy utilizada para desacreditar a políticos y políticas o de cuestionar su capacidad para ejercer cargos públicos, es señalando con falsedades que su designación se produjo sin cumplir con los requisitos necesarios de formación, competencia o de experiencia; o que ha obtenido el cargo debido a motivos no profesionales, como relaciones familiares, sobornos e incluso a través de favores sexuales.

Se suelen destacar las desinformaciones que apuntan a la ignorancia o falta de inteligencia de los candidatos y candidatas a través de supuestos equívocos, medidas absurdas que promulgan o frases absurdas. En este sentido, encontramos los siguientes contenidos falsos.

- Publicación de la cuenta desinformante @indignadoxd donde le adjudica al candidato a gobernador Axel Kicillof la frase “Feliz día de la madre y especialmente a las que tienen hijos”. No se han encontrado registros donde el candidato haya dado ese mensaje, y además es una frase que circula, al menos, **desde 2017, cuando ha sido encontrada en un sitio humorístico**, también fue usada como meme en el 2021 junto a la imagen de **Luis Miguel, Chayanne**, y otras celebridades, y en 2022 junto **con la imagen del ex presidente**

de México, Enrique Peña Nieto.

• **Otra publicación de la cuenta desin-**

formante @indignadoxd donde acusa a Axel Kicillof de “bobo” por supuestamente confundir a Leopoldo Moreau con Ricardo Alfonsín. **En el video original** se ve a Kicillof diciendo “Coincido con vos Ricardo, no está ahí el radicalismo” y dirigiendo su mirada hacia los presentes en el escenario donde, **al lado de Leopoldo Moreau, se encontraba el ex diputado Ricardo Jano,** a quien parece referirse el candidato a gobernador.

• **Posteo de La Derecha Diario** (también difundido por la cuenta @therealbuni) “Como

Maduro en Venezuela: Patricia Bullrich

anticipa que creará un Ministerio de la Felicidad: “Su función será que los argentinos pasen del llanto a la alegría”. En esa entrevista, si bien la candidata a la presidencia Patricia Bullrich habla de “un sistema que va mirar integralmente a los argentinos para que pasen del llanto a la alegría”, nunca se refirió a la creación de un Ministerio ni que esa sería su función. Si bien parece ser un contenido difundido en tono satírico hemos encontrado que muchos usuarios lo compartieron o comentaron en el sentido literal, creyendo que la creación del supuesto Ministerio de la Felicidad se trataba de una propuesta real de la candidata.



En relación a la obtención de cargos o candidaturas por razones no relacionadas a la competencia o experiencia, detectamos varias acusaciones a Lilia Lemoine, candidata a diputada nacional por La Libertad Avanza, donde señalan que obtuvo su candidatura a cambio de favores sexuales. Como **este tuit** de @deperoncho, usuario con más de 40.000 seguidores, que dice: “*Pero @lilialemoine, si vos para ser candidata tuviste que ponerte a trabajar de niñera*”

de perros, garcharte a tu jefe durante años, que te deje por teléfono, y después volver para que él termine mostrándose con Fátima.”. O este de @CastaChampagne -cuenta hoy dada de baja- que exclama: “#LILIAGATE EXPLOTACIÓN SEXUAL Y CARGOS POR SEXO: CONFIRMADO: MILEI SE COGIÓ A LILIA A CAMBIO DE UN CARGO ÑOQUI EN LA LEGISLATURA POR 350 MIL PESOS Y SER OCTAVA CANDIDATA A DIPUTADA.”

Este tipo de acusaciones no son analizadas por Chequeado, dado que se trata de la vida personal y no pública, que es no es el objeto de análisis de Chequeado, pero la incluimos por la relevancia que tienen respecto a los ataques de género y porque, en contraparte, no hemos encontrado contenidos que acusen a candidatos hombres de obtener sus cargos por favores sexuales o relaciones de pareja.

Caracterización como personas banales

Otra forma de desacreditar a las personas activas en política, y que es especialmente utilizada hacia las mujeres, es caracterizarlas como personas banales, frívolas, enfocadas en cuestiones triviales como la moda o actividades recreativas. Se les suele señalar la ropa con que están vestidas, insinuar un gasto excesivo en viajes, en ropa, carteras o relojes, o su presencia en fiestas o junto a celebridades. Muchas de estas acusaciones suelen estar basadas en falsedades, pero en otros casos, aun cuando se trata de hechos probados, se los suele incluir en los análisis de acusaciones con perspectiva de género por el excesivo desbalance entre los señalamientos a las mujeres respecto a los de hombres, a quienes no se les suele comentar acerca de la ropa que usan o el cuidado de su imagen.

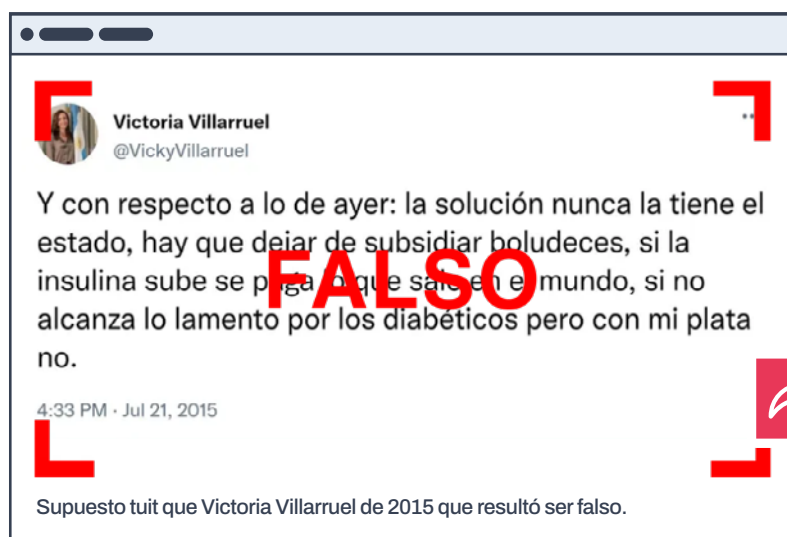
En nuestro análisis, a diferencia de otros momentos u otros países, no hemos encontrado ni desinformaciones que apunten en este sentido, ni un desbalance entre los señalamientos hacia mujeres u hombres.

Caracterización como villanos

Paralelamente, algunos autores (ver [acá](#) y [acá](#)), argumentan que se crean narrativas de género que apoyan estereotipos de mujeres como no aptas para posiciones de liderazgo, y que las presentan como banales o como villanas o malvadas, dependiendo de su percepción de poder. Por ejemplo, afirman que las mujeres políticas son trivializadas hasta que se las ve como competitivas, momento en el cual son villanizadas. Otros autores también sostienen que se crean narrativas que producen una representación negativa de las mujeres como enemigas con el fin de alimentar el debate público (ver por ejemplo [acá](#)). Entendemos como villanización en el marco de la desinformación, aquellos contenidos falsos que buscan comunicar la falta de empatía o la frialdad con que se toman o se anuncian falsas propuestas políticas o medidas; o con que se hacen falsas declaraciones públicas.

En este sentido, hemos encontrado diversos contenidos, atribuidos tanto a hombres como a mujeres, que caen bajo esta narrativa:

- Este falso contenido (viralizado en Twitter, Facebook, TikTok e Instagram) que indica que en 2015 Victoria Villarruel había tuiteado: *“La solución nunca la tiene el Estado, hay que dejar de subsidiar boludeces, si la insulina sube se paga lo que sale en el mundo, si no alcanza lo lamento por los diabéticos pero con mi plata no”*. Dos agencias de chequeadores de hechos comprobaron que ese tuit nunca existió (ver [acá](#) y [acá](#))



- Este mensaje que se le atribuye Javier Milei: *“Voy a decir una verdad incómoda, los discapacitados son un gasto para el Estado, si a ustedes les gustan tanto los discapacitados adóptenlos y manténganlos ustedes, yo estoy harto de pagar por todo”*. **Este mensaje es falso** y una cita similar fue **falsamente adjudicada al ex presidente Mauricio Macri en 2021**.

- Este mensaje -que ya había circulado en [2019](#) y [2020](#)- donde se muestra una foto del precandidato a presidente Juan Grabois junto a una frase que supuestamente habría dicho: “*Los jubilados no deberían votar, porque votan en contra de los intereses de la juventud*”. Sin embargo, [esto es falso](#). Una [acusación falsa similar](#) en contra de los jubilados también se le había adjudicado en 2020.



- Una falsa placa del medio Infobae con esta [frase falsamente adjudicada](#) a Patricia Bullrich quien supuestamente dice “*Es muy duro, pero vamos a tener que utilizar los ahorros de la gente*”
- Una [falsa placa del medio Clarín](#) con una supuesta frase del candidato a gobernador de la provincia de Chaco, Jorge Capitanich, sobre el femicidio de Cecilia Marlene Strzyzowski, “*Si me reeligen gobernador, el cuerpo de Cecilia aparece*”

Acusaciones por corrupción o mal desempeño de funciones

Mensajes desinformantes que acusan a los candidatos de un mal uso de fondos públicos, el incumplimiento de responsabilidades y deberes oficiales, así como el desempeño inadecuado de funciones asignadas.



- Por ejemplo, este mensaje viral que circuló en Facebook, Instagram, TikTok y X (antes Twitter) y que muestra una supuesta nota de Infobae con una falsa frase del candidato presidencial de Unión por la Patria, diciendo que va “a poder con los narcos” porque los conoce. Sin embargo, Massa **en ningún momento dijo esa frase durante el debate presidencial, ni Infobae la publicó.**

- Circuló en varias plataformas, en diferentes formatos (video, placas, textos) y con alto nivel de viralidad la desinformación que acusa a Javier Milei de faltar a 50 de 103 sesiones a las que debía concurrir como diputado nacional, cuando **en realidad** desde su asunción como

diputado -y al momento de la publicación de esa desinformación- se habían llevado a cabo 27 sesiones parlamentarias a las cuales faltó a 3.

- También circuló el contenido que expresa “Victoria es Diputada y de 118 sesiones asistió a 38. Un ñoqui”. Sin embargo, esto es falso. Según se constata en los documentos emitidos por la **Dirección de Coordinación de Labor Parlamentaria**, dependiente del Congreso de la Nación, **el número total de sesiones** llevadas a cabo durante el mandato de la diputada Villarruel fueron 27, en las cuales la diputada asistió al 100% de las sesiones.

Acusaciones por traicionar las ideas o posturas del partido al que pertenecen

Son mensajes que, con falsedades, apuntan a mostrar que las candidatas o candidatos no son fieles a las ideas que proclaman o las que sostiene su partido político.

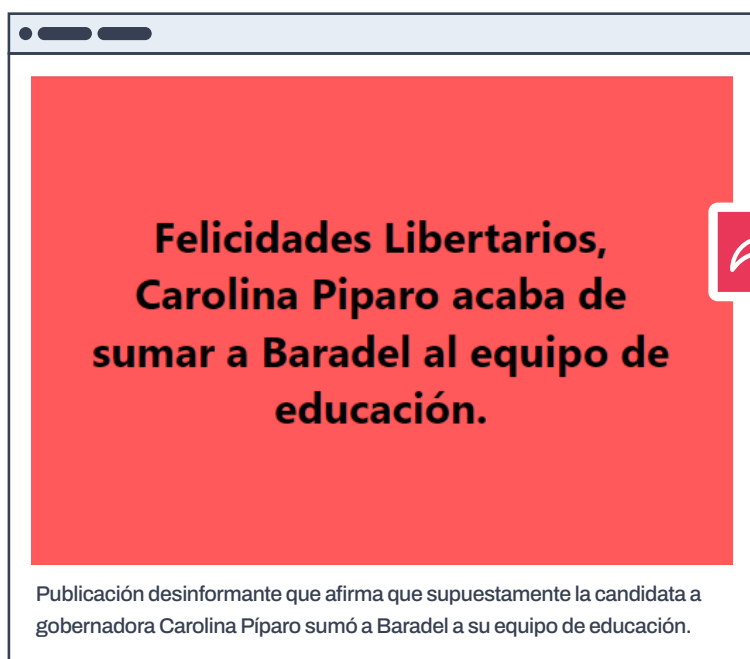
- Publicación con una **placa falsa que supuestamente publicó el medio Infobae** donde se lo ve al precandidato a presidente Horacio Rodríguez Larreta estrechando la mano del gobernador de la provincia de Formosa, Gildo Insfrán, y también presidente del Congreso del Partido Justicialista, principal fuerza de oposición del partido al que pertenece Larreta.
- Publicación de un video donde se sugiere que Larreta respalda a Javier Pretto, un oposi-

tor a la alianza a la que pertenece Larreta (Juntos por el Cambio - JxC). **El video es verdadero pero está sacado de contexto** puesto que, cuando se publicó el video, Pretto era presidente del PRO cordobés, que forma parte de JxC, y no había anunciado su migración a la coalición contraria.



- Publicación con una captura del registro en video del acto de cierre de campaña de Patricia Bullrich donde se lo ve a Horacio Rodríguez Larreta con dos dedos en alto. Las publicaciones desinformantes señalan que está saludando con la V peronista como un guiño al candidato de la oposición Sergio Massa y sugiriendo una alianza con Massa. Sin embargo, **esta afirmación es falsa**. En el momento capturado en la foto, Jorge Macri insta a los seguidores de su partido a convencer a “dos personas por día” en los días restantes hasta las elecciones. Rodríguez Larreta, a su lado, acompaña el discurso haciendo el número 2 con su mano derecha, no el símbolo peronista de la “V” como aseguran las publicaciones desinformantes.

- Publicación de una **foto manipulada** que supuestamente muestra al candidato de Unión por la Patria, Sergio Massa, y a su esposa, Malena Galmarini, reunidos con Carlos Melconian, potencial ministro de Economía de la oposición Juntos por el Cambio.
- Publicación con el mensaje “*Carolina Píparo acaba de sumar a Baradel al equipo de educación. Cerrame la provincia*”. Cuando, **en realidad, en las declaraciones a las que hace referencia la desinformación**, la



candidata a gobernadora por LLA dijo que si se tiene que sentar a dialogar con los sindicalistas Luis Barrionuevo o Roberto Baradel, “o el que sea”, “para que la gente esté mejor”, lo haría. *“A mí también me encantaría no sentarme con Baradel, pero nosotros queremos gobernar de cara a la gente”*

Contenidos desinformantes relacionados con la agenda de género

Acusaciones y desinformaciones a candidatas y candidatos surgidas a partir de sus menciones a la agenda de género

Durante el período electoral identificamos un tipo específico de contenidos desinformantes o acusatorios dirigidos a candidatos -tanto hombres como mujeres- que surgen y se amplifican a raíz de las propuestas sobre género en su agenda política y de campaña.

Un caso paradigmático fue el de Martín Lousteau, precandidato a jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por Juntos por el Cambio, quien **posteó en X** (anteriormente Twitter) una de sus propuestas de campaña. La propuesta consistía en “incorporar pediatras con formación en género y diversidad en los Centros de Salud y Acción Comunitaria (Cesacs) que guíen y acompañen a niños y niñas y familiares en la aplicación de la Ley de Identidad de Género”. El tuit recibió más de 2 mil comentarios, en su mayoría insultos; de hecho, “degenerado” se volvió tendencia en alusión a él, y uno de los hashtags más utilizado fue #ConLosChicosNO.

Más allá de los insultos y agresiones, a raíz del tuit de Lousteau circularon muchos contenidos **desinformando sobre el tema**, señalando por ejemplo que la propuesta implicaría que los pediatras y los niños menores de edad tendrían total libertad para las intervenciones quirúrgicas, sin necesidad del consentimiento de sus padres. Sin embargo, la **Ley de Identidad de Género** citada por Lousteau, y las guías para aplicarla, prevén que **para los menores de 16 años haya también el asentimiento de una persona adulta referente.**

A partir de este tuit no sólo circuló desinformación sobre el tema, sino sobre Lousteau mismo. Se difundió **una falsa placa de un medio de comunicación** con una supuesta frase suya en la que se declaraba como una persona “no binaria”.

Algo similar ocurrió cuando la candidata a presidenta de Juntos por el Cambio, Patricia Bullrich, **anunció** su equipo de especialistas que incluía a la diputada Silvia Lospennato como referente en temas de género. A raíz de esto, en muchos posteos en redes sociales se equiparó esta presentación al hecho de mantener el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, y comenzó a circular desinformación sobre Lospennato, alegando que habría acompañado al Frente de Todos en todas las votaciones en el Congreso, algo **que no se corresponde con su historial de votaciones**. Es decir, el hecho de ser señalada como una referente en el tema fue seguida por desin-



formaciones sobre su persona.

Desinformaciones sobre el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad y otras medidas sobre la agenda de género

Otro de los focos desinformantes durante el período electoral relacionado con temas de género se centró en ataques y cuestionamientos al Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad. Según Augusto Reina, director de Pulsar, un observatorio de opinión pública de la Universidad de Buenos Aires (UBA), la agenda de género se polarizó políticamente y se volvió más partidaria, y en el tema particular del Ministerio de la Mujeres, “entra en el clima antipolítica y antiestado, por lo que no sorprende que sea parte de esta discusión”.

En este contexto, varios de los candidatos se pronunciaron sobre este tema. Por ejemplo, Javier Milei, candidato presidencial de La Libertad Avanza, incluyó a este Ministerio en la lista de las carteras que eliminaría en caso de llegar a la Presidencia y, según [un análisis realizado por Trespuntzero y Grupo de Opinión Pública](#), es una de las propuestas del candidato libertario que tuvo mayor aceptación. En la misma línea, la Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública de la Universidad de San Andrés muestra que el 50% de los encuestados está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con que se elimine el Ministerio de las Mujeres.

Otra de las candidatas que se posicionó sobre el tema fue Patricia Bullrich, de Juntos por el Cambio, quien señaló en su momento que estaba en contra de la existencia del Ministerio. Cuando en septiembre de 2023 anunció el equipo que la acompañaría en el gobierno en caso de ganar las elecciones generales de octubre y [propuso a la diputada nacional Silvia Lospennato como vocera en cuestiones de género](#), hubo grupos en redes sociales que mostraron descontento. En esta línea, Bullrich fue criticada al interpretarse como una supuesta señal de la continuidad del ministerio.

Muchas de las discusiones y desinformaciones alrededor del Ministerio se han enfocado en los costos que puede generar y en cómo se distribuye su presupuesto. De acuerdo con los [datos del Presupuesto 2023](#), se trata de uno de los ministerios que menos fondos tiene -solo está por

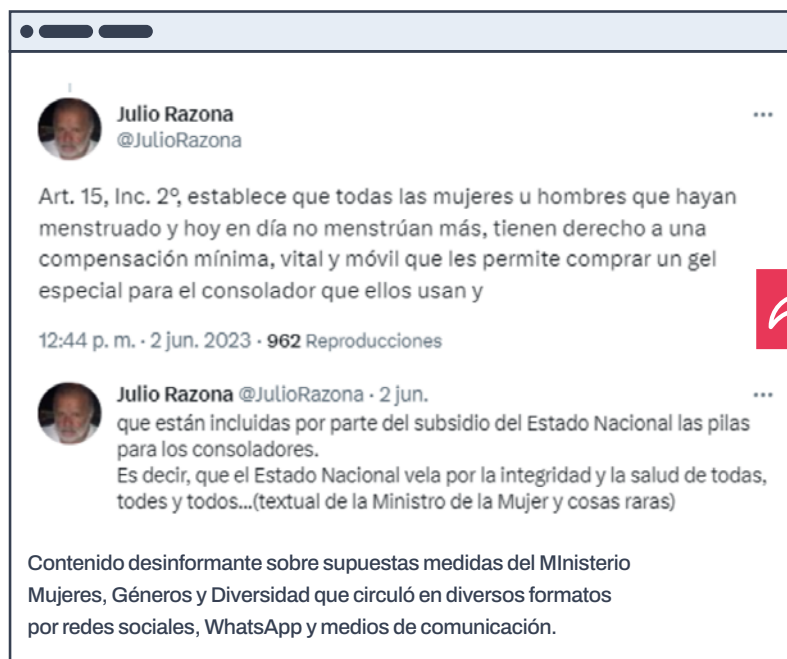


encima de los ministerios de Cultura y de Ambiente- y su presupuesto de alrededor de \$ 77 mil millones representa el 3% del presupuesto del Ministerio de Economía o el 6% del de Defensa. Sin embargo, circularon desinformaciones que señalan que se trata del 14% del presupuesto nacional, **cuando en realidad el Ministerio propiamente dicho representa el 0,2%**. Estos contenidos desinformantes se repitieron en diversos formatos e indicando, usando

datos falsos o engañosos, presupuestos muy diferentes al realmente asignado.

En la misma línea, otra de las desinformaciones que circulan, ampliamente **difundida por Iñaki Gutiérrez-** responsable de las redes sociales de Javier Milei-, señala que la mayoría del presupuesto del Ministerio se destina a sueldos, **algo que no se corresponde con los datos.**

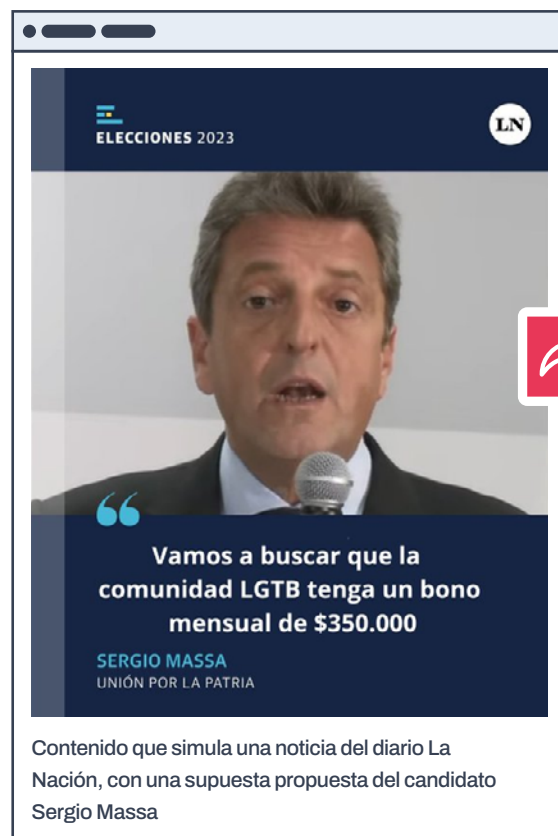
Las desinformaciones también se centraron en atacar supuestas medidas y políticas del Ministerio. Por ejemplo, circuló en WhatsApp, YouTube, y otras redes sociales un audio con una imagen que sugiere que la que habla es la ministra de las Mujeres, Géneros y Diversidad, Ayelén Mazzina. En él, se anuncia la creación de una “compensación mínima, vital y móvil” para que personas menstruantes puedan “comprar un gel especial para el consolador que ellos usan”, y las pilas para dichos apar-



tos. **Sin embargo no solo la voz que se escucha en el audio viral no es la de la ministra nacional, sino que tampoco existe ninguna ley, decreto, resolución o programa que establezca los beneficios que se mencionan en el mensaje.** Esta desinformación fue también amplificada en el programa “+ Viviana” que emite el medio de comunicación La Nación+, en el que la conductora expresó: “*Te hablan de que el Estado tiene que regalarte las pilas para tus conso-ladores*”

En la misma línea, circularon también otras desinformaciones sobre falsas medidas de gobierno o propuestas de campaña. Por ejemplo, en Facebook, Instagram,

TikTok y X circuló un contenido que simulaba ser una noticia del diario La Nación, atribuyendo al candidato presidencial Sergio Massa una **propuesta ficticia** de otorgar un bono mensual de 350 mil pesos a personas del colectivo LGBTIQ+.



Contenido que simula una noticia del diario La Nación, con una supuesta propuesta del candidato Sergio Massa

Desinformaciones sobre la Educación Sexual Integral (ESI)

La implementación de la Educación Sexual Integral ESI fue un tema de discusión durante el período electoral argentino de 2023 que también estuvo acompañado por campañas de desinformación.

Mientras que los candidatos presidenciales Sergio Massa, Juan Schiaretti y Patricia Bullrich no abordaron específicamente el tema, desde el Frente de Izquierda y de Trabajadores (FIT) abogaron por la permanencia de la Educación Sexual Integral obligatoria. En contraposición, desde La Libertad Avanza (LLA) propusieron desde **su plataforma electoral** eliminar la obligatoriedad de la Educación Sexual Integral en todos los niveles de enseñanza. Esta propuesta fue reiterada en numerosas ocasiones como uno de sus discursos de campaña. Por ejemplo, en el debate

de candidatos a vicepresidente, Victoria Villarruel (candidata a vicepresidenta por LLA) aseguró que la ESI es “ideología de género” y que responde a los intereses de los docentes como de los militantes políticos. Mensaje que reiteró en un video de campaña electoral de su cuenta oficial de TikTok, donde también remarcó que la ESI “es adoctrinamiento, nada más”. En una entrevista en el programa “A dos voces” en el canal TN, Javier Milei, acompañado por Victoria Villarruel, afirmó que, desde su punto de vista, la ESI forma parte de lo que él denomina la “agenda postmarxista” y está vinculada a la destrucción del núcleo social más crucial en la sociedad, que es la familia. En sus declaraciones, señaló que la ESI tendría como objetivo “exterminar a la población” en aras de preservar el planeta. Otros candidatos y referentes de LLA también se refirieron en diversas ocasiones a un supuesto “adoctrinamiento ideológico” por parte de la ESI.

En este contexto, fueron numerosas las desinformaciones que circularon apuntando, con falsas evidencias, sobre los objetivos, contenidos e implementación de la Educación Sexual Integral. Con narrativas que señalan que, supuestamente, el objetivo de la ESI es “adoctrinar” a los alumnos, promover la homosexualidad, la corrupción de menores y que es parte de un plan global para promover la pedofilia, entre otras.

Entre las narrativas principales detectamos las que aseguran que la ESI:

- Es parte de un adoctrinamiento de las infancias.
- Promueve comportamientos y se utilizan materiales inapropiados para la edad.
- Tiene consecuencias tanto en la salud mental como física, como la generación de traumas psicológicos, la iniciación temprana a la sexualidad, el aumento de los embarazos adolescentes, la infertilidad y aumento de las enfermedades venéreas.
- Tiene como objetivo la homosexualización de las infancias, la promoción de la pedofilia y el control poblacional.

Entre los principales divulgadores de narrativas desinformantes encontramos:

- Actores políticos, muchos de ellos asociados con el partido gobernante La Libertad Avanza,

varios de ellos candidatos y, actualmente, funcionarios del gobierno. Así como también intelectuales y formadores de opinión alineados con la autodenominada nueva derecha.

- Influencers y activistas, algunos de ellos pertenecientes a organizaciones religiosas. Estos actores no sólo operaron online o en medios de comunicación, sino también en espacios públicos como en charlas, conferencias e incluso cursos de capacitación algunas veces apoyados o avalados por autoridades gubernamentales. Además, su influencia no se limita a Argentina sino que tienen vínculos con otros desinformantes y organizaciones de otros países de la región. Muchos de estos actores también desinforman sobre otros temas, como la seguridad de las vacunas, la COVID-19, y promueven teorías conspirativas.
- Respecto a los grupos u organizaciones religiosas, su accionar fue realizado también en espacios ecuménicos. Se destaca la incidencia de estos grupos en espacios y organismos estatales, presentándose muchas veces como expertos en la materia y advirtiendo, con falsas evidencias, sobre los peligros de la ESI (ya sea inventando hechos sobre contenidos y actividades, así como falsos lineamientos o “tergiversaciones” de documentos públicos). Una de las estrategias utilizadas por estos actores es la argumentar en base a falsas “evidencias científicas” o partir de falsedades para continuar con conceptos y evidencia de la psicología y así llegar a conclusiones falaces sobre “la peligrosidad” de la ESI.

Estos actores interactúan entre sí, repitiendo y amplificando narrativas desinformantes, colaborando en la creación de contenidos en redes sociales y promocionando u organizando charlas y conferencias.

Dado el alto volumen de circulación de estos contenidos desinformantes, la interrelación de los actores que promueven activamente estas narrativas y su relación con actores de otros países, se decidió realizar una investigación en mayor profundidad y tomar el fenómeno de las desinformaciones sobre la Educación Sexual Integral como caso de estudio. Los resultados de esta investigación y análisis se recopilan en [este informe](#).

5. Terminología y tono los mensajes desinformantes y acusaciones

En el análisis del tipo de lenguaje y la terminología usada en los contenidos desinformantes sobre candidatas y candidatos y en los comentarios surgidos a partir de estos contenidos, no encontramos un uso diferencial de términos denigrantes, adjetivación o apodos relacionados con el género.

En la mayoría de los mensajes analizados encontramos que, independientemente de la narrativa a la que pertenecen, la mayoría de la terminología utilizada hizo referencia a la corrupción. Y, en muchos casos, los mensajes no estuvieron dirigidos a la persona señalada en la desinformación sino al partido al que pertenecen. Esto sucedió de forma comparable tanto en la acusaciones a candidatas como a candidatos y pertenecientes a todos los partidos y alianzas políticas. Por ejemplo, la mayoría de los términos utilizados fueron tales como “ratas”, “delincuentes”, “chanta”, “ñoqui”, “mafiosos”, “siniestros”, “lakras”, “caraduras”, “parásitos”, “impresentables”, “manga de ineptos”, “inmorales”, “ensobrados”, “brutos”, vendepatria”, “vagos”, entre otros términos relacionados.

De igual manera, respecto de las narrativas que suelen asociarse a las desinformaciones de género, encontramos terminología y tono similar para referirse tanto a las candidatas como a los candidatos. Por ejemplo, aquellas desinformaciones que hacen referencia a la salud mental o señalamientos de consumo problemático de sustancias, encontramos que mientras la candidata presidencial Patricia Bullrich recibió numerosos comentarios del tipo “está psiquiátrica” “saquenlé el vino”, “borracha”; al candidato presidencial Javier Milei se refirieron repetidamente como “loco”, “psiquiatrico”, “enfermo”, “demente”; y al candidato presidencial Sergio Massa se refirieron mayormente como “merquero”, una referencia coloquial al consumo problemático de drogas. En las desinformaciones que apuntan a la ignorancia o falta de inteligencia encontramos, por ejemplo, términos como “bruto”, “ignorante”, “pelotudo”, “boludo” referidos al candidato a gobernador Axel Kicillof, mientras que Patricia Bullrich recibió sucesivos comentarios del tipo “no

sabe ni hablar”, “pelotuda”, “impresentable”. En las desinformaciones que apuntan a villanizar a los candidatos y candidatas, a la candidata a vicepresidenta Victoria Villarruel se refirieron como “maldita”, “rata inmunda” y otros términos relacionados; a Javier Milei se lo señaló repetidamente como “nazi” y “enfermo”. En el caso de la desinformación sobre el candidato a gobernador de la provincia de Chaco, Jorge Capitanich, acerca del femicidio de Cecilia Marlene Strzyzowski, recibió insultos como “cínico”, y “mafioso”, aunque la mayoría de los insultos estuvieron dirigidos a su facción política en términos como “nefastos”, “repugnantes”, “inmundos”, “asquerosos”.

Un caso particular fueron los ataques que recibió el precandidato a jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por Juntos por el Cambio, Martín Lousteau, ante su propuesta de incorporar pediatras con formación en género y diversidad en los Centros de Salud y Acción Comunitaria. Las respuestas al mensaje donde comunicó su propuesta estuvieron plagados de insultos y acusaciones de una supuesta enfermedad mental y pedofilia.



Ataques, acusaciones e insultos que recibió Martín Lousteau al proponer incorporar pediatras con formación en género y diversidad en los Centros de Salud y Acción Comunitaria.

6. Conclusiones

Durante el período electoral argentino 2023, a diferencia de lo que sucede en otros países (ver por ejemplo [acá](#), [acá](#), [acá](#), [acá](#) y [acá](#)), encontramos que la desinformación de género se centró particularmente en ataques y deslegitimaciones a las políticas relacionadas con la agenda de género en lugar de ataques y desinformaciones relacionados con el género de candidatas y candidatos. En muchos casos, las desinformaciones sobre temas de género fueron promovidas por candidatos o referentes políticos.”

Los tres focos principales fueron:

- Cuestionamientos y deslegitimización, en su mayoría con datos falsos, sobre el **accionar del Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad**, principalmente sobre el presupuesto total de la cartera, sus gastos, el porcentaje de los fondos que se destinan a sueldos y sobre supuestos programas que se financiarían desde el Ministerio.
- Difusión de falsas **medidas de gobierno o propuestas de campaña relacionadas con temas de género**.
- Cuestionamientos y ataques, a partir de datos falsos, sobre la implementación, contenidos, objetivo y consecuencias en las infancias de la **Educación Sexual Integral (ESI)**. Entre los principales divulgadores de narrativas desinformantes encontramos actores políticos, muchos de ellos asociados con el partido gobernante La Libertad Avanza, varios de ellos candidatos y, actualmente, funcionarios del gobierno. Así como también intelectuales y formadores de opinión alineados con la autodenominada nueva derecha. También influencers y activistas, algunos de ellos pertenecientes a organizaciones religiosas, que operan online y también tienen incidencia en espacios públicos, algunas veces apoyados o avalados por autoridades gubernamentales. Estos actores interactúan entre sí, repitiendo y amplificando narrativas desinformantes, y tienen vínculos con otros desinformantes y organizaciones de otros países de la región.

El análisis en profundidad de nuestra investigación sobre las campañas de desinformación sobre la ESI en el período electoral puede leerse en [este informe](#).

En relación a los **ataques y desinformaciones que afectaron a personas individuales** (tanto a candidatas como candidatos) en el marco del análisis de género, estos se produjeron principalmente a partir de los dichos, posturas o propuestas que las las candidatas y candidatos realizaron sobre temas de género durante el período electoral.

Por otro lado, los análisis dirigidos a identificar potenciales diferencias o particularidades en los contenidos desinformantes entre hombres y mujeres, encontramos:

- En cuanto al **tipo de desinformaciones** generadas en su contra, no se encontraron diferencias significativas entre candidatos y candidatas en la **cantidad de contenidos detectados**; así como tampoco en las **características** de los contenidos desinformantes difundidos. Asimismo, no se encontró un desequilibrio evidente en cuanto a los **patrones y tipos de narrativas** utilizados para difundir desinformación sobre mujeres y hombres.
- Tampoco se encontraron diferencias significativas en el **tipo de tono, lenguaje o terminología** utilizada en la desinformación dirigida a hombres, mujeres y disidencias. Tanto en las publicaciones y notas desinformativas como en los comentarios de los usuarios surgidos en respuesta a las desinformaciones, no hubo variaciones significativas en el uso de términos denigrantes, adjetivaciones, apodos, señalamientos peyorativos o incitaciones a la violencia relacionadas con el género.

Estos hallazgos sugieren que, a pesar de la presencia de grandes volúmenes de desinformación en el ámbito político, no se observó una discriminación marcada relativa al género en la manera en que se difamó o se generó desinformación contra candidatos y candidatas durante el período electoral 2023. La desinformación analizada con perspectiva de género se centró en numerosos cuestionamientos y falsedades sobre temas de la agenda de género, muchas veces promovidas por los propios candidatos o referentes políticos.

Entender las particulares y características que toma la desinformación de género dentro del contexto político, especialmente durante un período electoral, es crucial para detectar qué grupos pueden ser más propensos a ser víctimas de ataques y desinformación, y qué temáticas están siendo deslegitimadas. Esto nos permite poder planificar estrategias específicas y basadas en evidencia para mitigar el impacto de las desinformaciones, tanto en las personas afectadas como en los temas discutidos y, en suma, el propio proceso democrático.

7. Bibliografía

- Di Meco (2020). Why disinformation targeting women undermines democratic institutions. National Endowment for Democracy ([link](#))
- Di Meco & Wilfore, K., Gendered disinformation is a national security problem, Brookings Institution. United States of America. ([link](#))
- Haraldsson and Wängnerud (2019). The effect of media sexism on women's political ambition: evidence from a worldwide study, Feminist Media Studies. ([link](#))
- Jankowicz, Pepera, and Middlehurst (2021). Addressing Online Misogyny and Gendered Disinformation: A How-To Guide. National Democratic Institute for International Affairs (NDI). ([link](#))
- Jankowicz et al. (2021). Malign creativity - how gender, sex, and lies are weaponized against women online, Wilson Center Canada. ([link](#))
- Jonusaite, Sessa, Wilfore and Di Meco (2022) Gender-based disinformation 101: theory, examples, and need for regulation ([link](#))
- Judson, Atay, Krasodomski-Jones, Lasko-Skinner and Smith (2020). Engendering Hate: The Contours Of State-Aligned Gendered Disinformation Online. Demos. ([link](#))
- Khan (2023). La desinformación de género y sus consecuencias para el derecho a la libertad de expresión - Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión ([link](#))
- Métraux (2022). Why don't we see women as "electable"? Poynter. ([link](#))
- Sessa (2020). Misogyny and Misinformation: An analysis of gendered disinformation tactics during the COVID-19 pandemic. EU Disinfo Lab. ([link](#))
- Stabile, Grant, Purohit & Harris. (2019). Sex, Lies, and Stereotypes: Gendered Implications of Fake News for Women in Politics. Public Integrity. ([link](#))
- Thakur and Hankerson (2021 y 2024). Facts and their Discontents: A Research Agenda for Online Disinformation, Race, and Gender. Center for Democracy & Technology ([link](#), [link](#))
- Thakur and Hankerson (2022). An Unrepresentative Democracy - How Disinformation and Online Abuse Hinder Women of Color Political Candidates in the United States. Center for Democracy & Technology ([link](#))
- Wilfore, (2021). The gendered disinformation playbook in Germany is a warning for Europe, Brookings Institution. ([link](#))

Desinformación de género en el contexto electoral argentino de 2023

INFORME 2024 | Junio

chequeado.com

[f](#) [@](#) [in](#) [🎧](#) [🎵](#) [📺](#) [X](#) /chequeado