

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 45, año 2026. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-21-8

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género (2026)

José Candón-Mena; Salomé Sola-Morales (editores)

Separata

Presentación

Título del Capítulo

«Presentación. Herramientas digitales para la igualdad de género»

Autoría

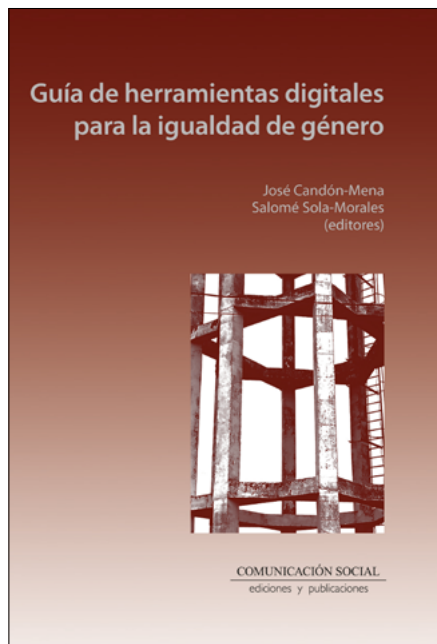
José Candón-Mena; Salomé Sola-Morales

Cómo citar este Capítulo

Candón-Mena, J.; Sola-Morales, S. (2026): «Presentación. Herramientas digitales para la igualdad de género». En Candón-Mena, J.; Sola-Morales, S. (eds.), *Guía de herramientas digitales para la igualdad de género*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-21-8

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/pres.emcs.45.tam8>



El libro *Guía de herramientas digitales para la igualdad de género* está integrado en la colección «Tiempos /Activismo Mediático» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Esta guía recopila algunas experiencias inspiradoras sobre el uso de las tecnologías comunicativas en la lucha por la igualdad de género. Más que un catálogo exhaustivo de herramientas, el objetivo principal del libro es ilustrar algunas de las posibilidades de uso subversivo de las nuevas tecnologías al servicio del feminismo y la igualdad.

El mundo virtual está lleno de contradicciones, de espacios de dominación, pero también de resistencia, de usos subversivos que abren posibilidades liberadoras y alternativas feministas, incluso en el entorno neofeudal de las redes corporativas controladas por tecno-oligarcas aliados del capitalismo y el patriarcado.

El texto propone herramientas y estrategias para que las profesionales y activistas —periodistas, creadoras de contenidos, trabajadoras del tercer sector, ONG y medios comunitarios— refuercen sus usos de la tecnología digital en clave feminista.

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género aborda diferentes iniciativas en las que se usan las herramientas informáticas y las redes digitales para promover la igualdad, la libertad y la defensa de los derechos de las mujeres.

El texto pretende inspirar a mujeres y colectivos feministas sobre las posibilidades de subvertir el uso patriarcal de las TIC y apropiarse de ellas para empoderar a las mujeres y combatir todo tipo de desigualdades y abusos; siempre teniendo presente que las redes digitales se enmarcan en un sistema capitalista y patriarcal que se reproduce en el entorno digital.

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género

colección «TIEMPOS / ACTIVISMO MEDIÁTICO»

Colección dirigida por José Candón-Mena
Universidad de Sevilla

José Candón-Mena
Salomé Sola-Morales
(editores)

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género



SALAMANCA, 2026

1ª edición: Salamanca, 2026.

Esta publicación es parte del Proyecto de Cooperación al Desarrollo «Fortalecimiento del Tercer Sector andaluz en Comunicación, TIC e Innovación Social mediante el Aprendizaje-Servicio de Mujeres Universitarias» (ComTIC3s), financiado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID). Entidad beneficiaria: Oficina de Cooperación al Desarrollo de la Universidad de Sevilla. Coordinador: José Candón-Mena. <https://institucional.us.es/comtic3s>



Revisión general de la obra: Pedro J. Crespo
Diseño y producción gráfica: © by Pepa Peláez, Editora.
Fotografía de portada: © by Pepa Peláez González, 2026.

Del texto: © by Los Autores, 2026.

Este libro ha sido publicado bajo Licencia Creative Commons
CC BY-NC-ND



De esta edición:
COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:
© by PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2026).

Gestión:
Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.
Taller editorial y almacén:
c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

ISBN: 978-84-10176-21-8

Depósito Legal: DL S 199-2026
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Presentación. Herramientas digitales para la igualdad de género	9
<i>por José Candón-Mena; Salomé Sola-Morales</i>	
Referencias	18
1. Autodefensa feminista frente a las violencias de género digitales. Del DonesTech al testimonio ético en redes	21
<i>por María Sánchez-Ramos; Belén Zurbano-Berenguer</i>	
Introducción	21
1. Violencias de género digitales, manifestaciones y expresiones	22
2. Recursos digitales: del Donestech al testimonio ético en redes	28
3. Referencias	32
2. Desinformación y discurso machista: verificar con perspectiva de género	37
<i>por Dafne Calvo</i>	
Introducción	37
1. Estrategias de desinformación, fondo y forma	38
2. Verificación de información: proyectos y herramientas	40
3. Referencias	45
3. Respetar la privacidad no debería ser una opción	49
<i>por Marina Gómez-Alcalde</i>	
Introducción	49
1. ¿Qué es el fediverso?	52

2. Alternativas de aplicaciones y sitios webs	52
3. Ventajas del software libre	56
4. La tecnología no se asume, se lidera	57
5. Conclusión	60
6. Referencias	61
4. Cómo editar wikipedia con perspectiva de género	65
<i>por Patricia Horrillo-Guerra</i>	
Introducción	65
1. Wikipedia como herramienta para la igualdad	66
2. La brecha de género en Wikipedia	67
3. Guía práctica: paso a paso	68
Paso 1. Crear una cuenta	69
Paso 2. Conocer los principios básicos	69
Paso 3. Elegir a quién visibilizar	70
Paso 4. Verificar la relevancia enciclopédica	71
Paso 5. Redactar sin reproducir sesgos	72
Paso 6. Publicar, mejorar, mantener	72
4. Wikiesfera: un modelo de aprendizaje feminista	73
5. Recursos y enlaces	74
5. Femitags: los <i>hashtags</i> como caja de herramientas para el activismo feminista	77
<i>por Guiomar Rovira-Sancho</i>	
Introducción: ¿por qué hablar de «femitags»?	77
1. ¿Qué es un femitag?	78
2. Los femitags como «caja de herramientas»: funciones prácticas	81
2.1. Femitags para convocar a la acción	81
2.2. Femitags de agenda política y pedagogía feminista	82
2.3. Femitags para contar y contarnos	82
2.4. Femitags de denuncia e indexación	84
2.5. Femitags de paradoja y reflexividad	85
2.6. Femitags del afecto y amistad política	85
3. Riesgos, límites y tensiones	86
5. Guía práctica: ¿cómo usar femitags estratégicamente?	87
6. Conclusión: transformar las palabras en puntos de encuentro	88
7. Referencias	89

6. Email marketing desde una mirada más abierta	93
<i>por Isabel Porras-Novalbos</i>	
Introducción	93
1. El email marketing	93
2. Odoos como herramienta de software libre para estrategias de email marketing	96
3. ¿Cómo llevar a cabo una estrategia de email marketing?	98
4. Referencias	99
7. Crowdfunding para el tercer sector	103
<i>por Macarena Hernández-Conde</i>	
Introducción	103
1. Rebobinemos: ¿qué es un crowdfunding?	103
2. Definir un proyecto financiable	105
3. La comunidad como base de la campaña	107
4. Fases de la campaña	108
5. Aprendizaje y mejora continua	111
8. Mapeo para el cambio social y contra la violencia de género	115
<i>por Salomé Sola-Morales</i>	
Introducción	115
1. Los mapas como tecnología	116
2. El mapa como genealogía de la ciudad	117
2.1. Los imaginarios urbanos	118
3. Geolocalización y activismo de datos	120
3.1. Activismo de datos y visualizaciones	121
4. Algunas iniciativas interesantes de las que aprender	123
5. Referencias	124
9. El podcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital	129
<i>por Nuria Sánchez-Gey Valenzuela</i>	
Presentación del tema	129
1. Podcast e igualdad de género	130
2. Podcast en clave feminista	131
2.1. Estirando el Chicle	132
2.2. Deforme Semanal Ideal Total	132
2.3. Sangre Fucsia	133

2.4. Radiojaputa	133
3. Cómo crear un pódcast a favor de la igualdad de género	134
4. ¿Y si no se busca un pódcast de temática solo feminista o el pódcast ya está creado?	137
5. Referencias	138
10. El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás	143
<i>por Almudena Mata-Núñez</i>	
Introducción	143
1. Feminismo y redes sociales	145
2. «Yo sí te creo». El Instagram de Cristina Fallarás	147
3. Referencias	149
11. El pódcast como herramienta digital para la conciliación y los cuidados	153
<i>por María Limón-Navarro; Nuria Sánchez-Gey Valenzuela</i>	
Introducción: el auge de los podcast como herramienta de comunicación y feminismo	153
1. El pódcast como herramienta frente al reto pendiente de la conciliación	155
2. Fórmulas para generar un pódcast sobre conciliación en un taller colaborativo feminista	156
2.1. Decisiones iniciales y roles de cada miembro del equipo	159
2.2. Un guion atractivo y dinámico	160
2.3. Escaleta y grabación	161
2.4. Difusión	162
3. Resultados y conclusión	163
4. Referencias	165

Presentación

Herramientas digitales para la igualdad de género

José Candón-Mena
Universidad de Sevilla

Salomé Sola-Morales
Universidad de Sevilla

Este libro recopila algunas experiencias inspiradoras sobre el uso de las tecnologías comunicativas en la lucha por la igualdad de género. El texto no pretende ser un catálogo exhaustivo sino, más bien, ilustrar con algunos ejemplos cómo las tecnologías digitales pueden ser herramientas útiles para la defensa de los derechos de las mujeres.

El nuevo entorno digital se inserta en un sistema patriarcal y, por ende, ha servido para reforzar y actualizar prácticas machistas de abuso contra la mujer y diversas formas de ciberacoso. Nombradas con complejos términos en inglés, a menudo su definición resulta mucho más familiar para cualquier mujer que use habitualmente las redes sociales, sobre todo si ya era víctima de algún tipo de acoso o adquiere un perfil público. Prácticas como el *doxing* (publicación de información personal y privada de la mujer sin su consentimiento), el *shaming* (acoso que busca avergonzar y humillar públicamente a las mujeres por su comportamiento o libertad sexual o por su aspecto físico), el *grooming* (engaño y manipulación por parte de un adulto para que menores les faciliten imágenes de contenido sexual, que pueden a su vez ser utili-

zadas como chantaje para cometer abusos de forma presencial), o el *deepnude* (creación de imágenes pornográficas realizadas con Inteligencia Artificial en las que se superpone el rostro de una mujer sin su consentimiento), entre otras, han renovado, reforzado y ampliado diversas formas de violencias machistas.

Que los tecnooligarcas que controlan las principales plataformas digitales sean todos hombres, blancos y la mayoría de ellos abiertamente machistas, racistas y claramente alineados con el fascismo, hace posible e incluso favorece la difusión de estas prácticas de abuso contra las mujeres. Una permisibilidad que no invita a ver en el entorno digital un espacio propicio para la lucha por la igualdad y la dignidad que promueve el feminismo.

No obstante, internet y las redes sociales siguen siendo un territorio en disputa en el que, junto a nuevas formas de abuso y de poder, surgen también estrategias de resistencia, alternativas de liberación, acciones de denuncia y empoderamiento. Ilustrar algunas de estas posibilidades de uso subversivo de las nuevas tecnologías al servicio del feminismo y la igualdad es el objetivo principal de este texto.

Una guía que se compone de 12 capítulos redactados por 13 investigadoras especialistas en cuestiones de género y tecnología, que han trabajado de forma específica o transversal en la lucha contra la violencia de género y otras formas de discriminación. Las autoras proponen herramientas digitales para apropiarse de la red y seguir luchando para conseguir una Internet libre y segura para todas. Desde áreas vinculadas con la comunicación, el periodismo o la publicidad y

las relaciones públicas, esta guía propone herramientas y estrategias para que profesionales, tales como periodistas, creadoras de contenidos y trabajadoras del tercer sector, organizaciones y colectivos, mejoren su actividad digital en clave feminista.

En el capítulo 1, «Autodefensa feminista frente a las violencias de género digitales. Del *donestech* al testimonio ético en redes», María Sánchez-Ramos y Belén Zurbano-Berenguer proponen estrategias para erradicar o evitar las violencias contra las mujeres. Las investigadoras de la Universidad de Sevilla, especialistas en violencia de género y en códigos deontológicos periodísticos en clave de género, hacen especial alusión al «Kit contra las violencias machistas», una guía creada por el colectivo *donestech* para defenderse de ataques machistas en la red.

El capítulo 2, «Desinformación y discurso machista: verificar con perspectiva de género», está escrito por Dafne Calvo, de la Universidad de Valencia, quien realiza una contribución acerca de la desinformación y cómo verificar noticias y datos en clave de género, subrayando estrategias y herramientas concretas que son muy útiles para evitar bulos machistas e información sesgada.

En el capítulo 3, «Respetar la privacidad no debería ser una opción», Marina Gómez Alcalde, de la Universidad de Málaga, invita a indagar sobre el Reglamento General de Protección de Datos y denuncia los límites éticos que la datificación provoca en las personas usuarias. Asimismo, propone una serie de herramientas alternativas a las grandes plataformas en las que desarrollar una actividad más consciente y segura.

En «¿Cómo editar Wikipedia con perspectiva de género?», el capítulo 4, Patricia Horrillo-Guerra, propone Wikipedia como una herramienta para la igualdad, que fomenta una memoria colectiva más diversa y plural. La autora describe, paso a paso, una guía para editar y crear entradas sin sesgo que favorezcan la igualdad de género, así como para visibilizar el papel de la mujer en esta conocida enciclopedia on-line.

El capítulo 5 se titula «Femitags: los hashtags como caja de herramientas para el activismo feminista», y es obra de Guiomar Rovira Sancho, de la Universidad de Girona. La autora define los *femitag* como cajas de herramientas para ordenar información en redes sociales, que pueden favorecer la movilización feminista, y propone cómo desarrollarlos desde su configuración hasta su lanzamiento.

En el capítulo 6, «Email marketing desde una mirada más abierta», Isabel Porras Novalbos plantea el uso del correo electrónico desde una mirada más amplia, ética y relacional, que conecta marcas, proyectos y comunidades con personas. Además, describe Oddo, una herramienta de software libre que permite realizar estrategias de email marketing, y propone una estrategia, paso a paso, para llevar a cabo una campaña exitosa y en defensa de los valores feministas.

Macarena Hernández-Conde, investigadora de la Universidad de Cádiz, escribe el capítulo 7, «Crowdfunding para el tercer sector». En su texto propone un manual práctico para realizar una campaña de micro-financiación o *crowdfunding* efectiva y que tenga muy en cuenta ciertos principios éticos. Una de las ideas más relevantes es la necesidad de tener en

consideración a la comunidad para poder desarrollar buenas campañas de comunicación en aras del bien común.

En «Mapeo para el cambio social y contra la violencia de género», capítulo 8, la profesora de la Universidad de Sevilla Salomé Sola-Morales propone una reflexión acerca de cómo se pueden utilizar los mapas de forma alternativa para mejorar la participación y favorecer la igualdad y la inclusión. Tras un recorrido sobre los principales usos sociales de los mapas convencionales y de la geolocalización digital realizada por grandes plataformas comerciales, que se lucran de la extracción de datos sensibles de las usuarias, la autora remarca la posibilidad de generar contra-narrativas y estrategias contra-hegemónicas con diversas herramientas de mapeo.

En el capítulo 9, «El pódcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital», Nuria Sánchez-Gey Valenzuela, periodista y profesora de la Universidad de Sevilla, describe cómo se puede utilizar esta forma de comunicación radiofónica digital con una mirada feminista y ecologista, y plantea una serie de recomendaciones para crear un pódcast a favor de la igualdad de género.

El capítulo 10, «El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás», es obra de Almudena Mata-Núñez, doctora en Comunicación e investigadora independiente, quien realiza un recorrido acerca del perfil de la periodista Cristina Fallarás en Instagram, haciendo hincapié en su potencial para crear una memoria feminista y un espacio de denun-

cia y recogida de testimonios sobre la violencia contra las mujeres, en un contexto en el que realizar denuncias y ocupar el espacio público resulta aún complejo.

Para terminar, María Limón y Nuria Sánchez-Gey Valenzuela plantean en el capítulo 11, «El pódcast como herramienta digital para la conciliación y los cuidados», una propuesta que aúna aspectos teóricos junto con consejos prácticos para llevar a cabo una estrategia de *podcasting* concreta con colectivos, que tenga como base la conciliación y la ética de los cuidados.

Como las lectoras pueden observar, esta guía no es más que una mirada a distintas iniciativas en las que se usan las herramientas informáticas y las redes digitales para promover la igualdad, la libertad y la defensa de los derechos de las mujeres. Más que un catálogo completo de prácticas, el texto pretende inspirar a mujeres y colectivos feministas sobre las posibilidades de subvertir el uso patriarcal de las TIC y apropiarse de ellas para empoderar a las mujeres y combatir todo tipo de desigualdades y abusos.

La guía surge de la experiencia previa de las autoras en un curso sobre «Herramientas digitales para la igualdad de género», en la que la mayoría de ellas fueron docentes o alumnas. Dicha formación se celebró de forma virtual en 2025 y se inscribía en el marco de un proyecto más amplio de Cooperación al Desarrollo titulado «Fortalecimiento del Tercer Sector andaluz en comunicación, TIC e innovación social mediante el aprendizaje-servicio de mujeres universitarias» (ComTIC3s) [Ver: <https://institucional.us.es/comtic3s/>]. Dicho proyecto se centraba precisamente en reforzar

la apropiación tecnológica y comunicativa de las mujeres como forma de combatir las desigualdades de género. Contemplando la igualdad de la mujer como el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) en el que se enfocaban todas sus acciones, el proyecto pretendía específicamente mejorar la empleabilidad de las mujeres universitarias, quienes a pesar de contar con la misma formación y muchas veces mejores resultados académicos, sufren una mayor tasa de paro, ocupan puestos de menor rango y cobran de media menor salario que sus compañeros hombres, en particular en el sector de la comunicación (periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, etc.).¹ Para mitigar estas desigualdades estructurales, el proyecto buscaba impulsar la apropiación tecnológica y comunicativa de una treintena de estudiantes universitarias y, con ello, mejorar su empleabilidad y su participación en organizaciones del Tercer Sector (TS) y medios del Tercer Sector de la Comunicación (TSC) andaluzes. A la vez, gracias a la transferencia de conocimientos liderada por las estudiantes, que se incorporaban realizando prácticas remuneradas a distintas organizaciones del TS y medios del TSC, el proyecto buscaba reforzar las capacidades comunicativas de dichas entidades y su incidencia social, en particular en acciones y proyectos enfocados en la igualdad de género. Coordinado por José Candón-Mena, el proyecto fue financiado con 80.000€ por la Agencia Andaluza de Coopera-

¹ Consultar, por ejemplo, el Informe sobre la Empleabilidad de los Egresados de la Universidad de Sevilla de 2020: https://servicio.us.es/spee/sites/default/files/informe_2020_labocp.pdf

ción Internacional para el Desarrollo (AACID) en la convocatoria de Subvenciones a Universidades para la Financiación de Proyectos de Cooperación Internacional para el Desarrollo 2022 en la modalidad de Proyectos a desarrollar en Andalucía. La propuesta fue avalada por 38 de entidades del Tercer Sector (TS) y del Tercer Sector de la Comunicación (TSC), además de instituciones y redes universitarias.

El curso de «Herramientas digitales para la igualdad de género», que sirvió de impulso a esta guía, fue organizado en colaboración con la EMA-RTVA y formó parte de una serie de acciones integradas en el marco del Proyecto de Cooperación ComTIC3s. Dicho proyecto comenzó con una jornada de *networking* bajo el nombre «Amadrina a una ONG», consistente en un encuentro entre las alumnas beneficiarias y las entidades participantes para la toma de contacto y la asignación de alumnas a las organizaciones del TS y TSC elegidas por ellas mismas, a las que amadrinaron en el proceso de formación y potenciación de sus capacidades comunicativas. Posteriormente se impartió el Curso de Formación Continua «Comunicación, TIC e innovación para el cambio social». Un curso presencial estructurado en 10 módulos de formación transversal práctica y con una carga lectiva de 140 horas. La formación de las mujeres universitarias se completó posteriormente con el curso virtual mencionado, «Herramientas digitales para la igualdad de género», que constaba de 30 horas formativas. Finalmente, las alumnas se incorporaron a las organizaciones del TS y los medios del TSC amadrinados en la jornada de trabajo participativo en red. Esta incorporación se

materializó mediante prácticas extracurriculares, retribuidas con cargo al proyecto, realizadas en periodos de entre 3 y 9 meses. Durante dichas prácticas, las mujeres universitarias desarrollaron sus proyectos de Aprendizaje-Servicio, transfiriendo además los conocimientos adquiridos al personal y voluntariado de las entidades, mediante una cascada de formación liderada por ellas mismas.

La apropiación tecnológica y comunicativa de las mujeres guió todo el proyecto, del que forma parte esta guía. Respecto a las posibilidades democráticas y liberadoras de las tecnologías de la información y la comunicación, hemos pasado del tecnoutopismo de los primeros años de internet a un tecnopesimismo reduccionista, por el que a veces se presenta a las TIC como el chivo expiatorio y la causa última de todos los males que nos acechan. Como hemos señalado al inicio, las redes digitales se enmarcan en un sistema capitalista y patriarcal que se reproduce en el entorno digital. Sin embargo, como la vida corpórea, el mundo virtual está lleno de contradicciones, de espacios de dominación, pero también de resistencia, de usos subversivos que abren posibilidades liberadoras y alternativas feministas, incluso en el entorno neofeudal de las redes corporativas controladas por tecnooligarcas aliados del capitalismo y el patriarcado.

Frente al optimismo tecnoutópico o el pesimismo y catastrofismo digital, esta guía invita a adoptar una perspectiva tecnoescéptica y crítica (Candón-Mena; Montero-Sánchez, 2021), pero también activa y práctica (Treré; Candón-Mena; Sola-Morales, 2021). Una postura que posibilite aprovechar cualquier resquicio

del actual ecosistema comunicativo para abrir brechas de resistencia y para que las mujeres y otros colectivos que sufren discriminación puedan tomar conciencia y luchar contra las violencias. En definitiva, con este trabajo nos negamos a ceder el espacio al machismo, al racismo o al capitalismo depredador, y pretendemos contribuir a una reapropiación popular de las redes y de la tecnología para ponerla al servicio de las luchas cotidianas en favor de la igualdad.

Referencias

- Candón-Mena, José; Montero-Sánchez, David (eds.) (2021). *Del ciberactivismo a la tecnopolítica. Movimientos sociales en la era del escepticismo tecnológico*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Treré, Emiliano; Candón-Mena, José; Sola-Morales, Salomé (2021). Imaginarios activistas sobre Internet: Del mito tecno-utópico al desencanto digital. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 26, 33-57.