

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

Capítulo 2

Título del Capítulo

«Desinformación y discurso machista:
verificar con perspectiva de género»

Autoría

Dafne Calvo

Cómo citar este Capítulo

Calvo, D. (2026): «Desinformación y discurso machista: verificar con perspectiva 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/c2.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

2.

2. Desinformación y discurso machista: verificar con perspectiva de género

Dafne Calvo
Universidad de Valencia

Introducción

La desinformación se define como la creación y difusión de información falsa o engañosa con la intención deliberada de manipular. Esta finalidad intencional distingue a la desinformación de otros fenómenos similares, como la información errónea o la sátira, que, aunque también falsas, no buscan engañar.

En Internet, donde la comunicación ocurre en múltiples niveles en los mismos espacios, esta distinción resulta especialmente relevante. Por ello, además del concepto de información falsa, existen otros términos que pueden parecer desinformación, como el contenido propagandístico o el polarizado, en los que la información es más sesgada, emocional y manipuladora, como en los bulos. Estos matices muestran que la desinformación no puede entenderse aisladamente, sino en relación con otras formas de producción informativa que comparten técnicas y efectos similares (Tandoc *et al.*, 2018). Por ello, en tiempos recientes se ha optado por abordar la desinformación mediante conceptos más generales, como el de los desórdenes informativos (Wardle; Derakhshan, 2017), que abar-

can un espectro más amplio del panorama comunicativo actual.

Aunque el término se ha vuelto más popular en los últimos tiempos, la desinformación no es un fenómeno reciente. A lo largo de la historia ha sido una herramienta utilizada en conflictos sociales y políticos para manipular las opiniones de la ciudadanía. También los procesos electorales de la última década se han analizado considerando los bulos y la desinformación para explicar las decisiones del electorado, como en el caso del Brexit y el escándalo de Facebook-Cambridge Analytica, en el que la aplicación ‘This Is Your Digital Life’ recopilaba datos de los usuarios para crear perfiles psicológicos con fines propagandísticos, como reveló Christopher Wylie en entrevistas para *The Guardian* y *The New York Times*. Se estima que la aplicación pudo recopilar hasta 87 millones de perfiles en la red social de Meta (Bads-hah, 2018). Este caso es relevante porque ilustra la problemática actual que plantea la desinformación: con el avance y la penetración de las nuevas tecnologías, las estrategias de manipulación de la información se aplican a gran escala.

1. Estrategias de desinformación, fondo y forma

Internet ha creado un espacio sin precedentes para la comunicación, tanto interpersonal como masiva. Hay tres factores que explican cómo este espacio amplifica y refuerza las estrategias de desinformación (Calvo *et al.*, 2024). En primer lugar, la descentralización de

la información, que ha reducido la centralidad de los medios tradicionales a favor de una multiplicidad de actores capaces de producir y difundir mensajes, entre los cuales se encuentran sujetos que generan deliberadamente contenidos falsos. En segundo lugar, los monopolios en la estructura de Internet condicionan de manera decisiva la circulación de estos contenidos, pues dichas empresas gestionan los flujos de información que se generan en ellas. Finalmente, la fragmentación del consumo informativo ha dado lugar a usuarios más activos en la configuración de su dieta mediática, pero también más expuestos a sesgos de confirmación, lo que facilita la difusión de información por motivos de acuerdo ideológico y no por su veracidad.

El factor tecnológico no es, sin embargo, el único que entra en juego al explicar la desinformación. Estas estrategias funcionan mejor, como adelantábamos, en momentos de alta conflictividad política, en los que la necesidad de ganar un relato específico se convierte en una cuestión clave para los actores que sienten sus intereses en juego. Es aquí donde resulta relevante abordar la perspectiva de género.

En los últimos años, el movimiento feminista ha demostrado una amplia capacidad para situar sus demandas en un espacio central de la esfera pública. A lo largo del globo, feministas de todo el mundo se movilizaron y consiguieron amplios avances relacionados, entre otros, con la protección de los derechos reproductivos y con la lucha contra la violencia de género. Fenómenos como la marea verde en Latinoamérica han evidenciado el potencial transformador de

este movimiento en los últimos tiempos (Calvo *et al.*, 2025).

Esta irrupción fue interpretada por algunos sectores como una amenaza y, en consecuencia, se activaron campañas para deslegitimar al movimiento. Los marcos discursivos más recurrentes se centraron en presentarlo como agresivo, oportunista o incluso vinculado a ideologías ajenas como el islamismo radical (Villar-Aguilés; Pecourt García, 2021; Lacalle *et al.*, 2023).

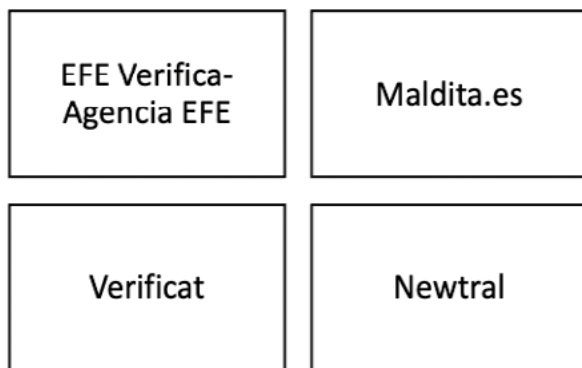
A la articulación de este discurso contribuyeron los bulos emitidos en momentos estratégicos para el movimiento. Por ejemplo, Chequeado¹ tuvo que desmentir que el medio argentino *La Nación* publicase la siguiente información: «El polémico testimonio de 2 chicas feministas asegurando que una vez que el proyecto sea ley, buscarán el embarazo para poder hacer el primer aborto legal, seguro y gratuito». Estos contenidos, que buscan generar indignación, han tratado de desmovilizar al movimiento y profundizar la polarización de la población en torno a cuestiones que apelan directamente al género.

2. Verificación de información: proyectos y herramientas

Por ello, en el ámbito del periodismo, la verificación de la información ha tenido en cuenta la necesidad de generar ciudadanías más críticas respecto del

¹ Véase: <https://chequeado.com/verificacionfb/no-la-nacion-no-publico-declaraciones-de-mujeres-que-quieren-hacerse-el-primer-aborto-legal-en-la-argentina/>

Figura 1. Iniciativas españolas que avalan el código IFCN.



Fuente: Elaboración propia

consumo de información en Internet. En España, las iniciativas que avalan el código de conducta de la International Fact-Checking Network (IFCN) son EFE Verifica-Agencia EFE, Maldita.es, Verificat y Newtral. Muchas de ellas cuentan con alguna sección especializada en género, como en el caso de Maldito Feminismo.

Además, en la mayoría de las ocasiones complementan su actividad de verificación con otra educativa, en la que desarrollan planes de alfabetización en centros educativos. Ello permite comprender su trabajo como holístico y, de nuevo, enfocado en el desarrollo de una conciencia pública sobre los problemas sociales más que en el convencimiento de la población sobre la veracidad de determinadas ideas. Una población que, además, no siempre está dispuesta a dar credibilidad a estas soluciones periódicas frente a la desinformación.

Esta reflexión sobre la cuestión educativa tiene gran interés para comprender una perspectiva ciudadana como parte integral de las soluciones frente a la desinformación. La necesidad de desarrollar una audiencia crítica con el sistema de medios, y activa en la construcción de formas más horizontales de comunicación, ha sido una cuestión clave en los proyectos del tercer sector de la comunicación. En el caso más específico de la comunicación, también es posible encontrar diversas iniciativas que han comprendido los bulos como estrategias que refuerzan el discurso del odio contra colectivos concretos. Diversos movimientos sociales e iniciativas ciudadanas han comprendido los efectos negativos que esta desinformación tiene sobre las minorías y los reclamos de justicia social.

Proyectos concretos en América Latina y España ilustran este enfoque. Organizaciones como Derechos Digitales, Desconfío, Fundación Karisma, Hateblockers y Movilizadorio han desarrollado estrategias para combatir la desinformación (Calvo; Cabrera Altieri, 2025). En el caso concreto de estas organizaciones, la dimensión comunicativa de la desinformación está fuertemente vinculada a la tecnológica, de modo que el conjunto de prácticas para combatirla es amplio y, a su vez, coherente con su experiencia e intereses concretos. Entre sus iniciativas encontramos, especialmente, el desarrollo de herramientas tecnológicas, el diseño de iniciativas educativas, la creación de campañas de concienciación y la participación en iniciativas orientadas a promover políticas públicas específicas. De modo general, su acción combina análisis crítico y práctica directa: existe en ellas una denuncia explícita del discurso del odio,

un interés por fomentar la participación ciudadana en la lucha contra la desinformación y un uso tecnológico como herramienta de intervención, ya sea por el apoyo a redes alternativas o por la incidencia en aquellas empleadas de modo masivo en Internet.

Estos ejemplos muestran el enorme potencial de las visiones ciudadanas en la lucha contra la desinformación, pues son capaces tanto de integrar este problema comunicativo como de generar proyectos concretos complementarios a sus objetivos habituales. La misma Fundación Karisma, que mencionábamos unas líneas atrás, es una de las organizaciones que consideran la perspectiva de género en su defensa de los derechos digitales. Ha publicado materiales en los que señala la manipulación de la información como un tipo de violencia digital. La injuria, la difamación o las *deep-fakes* atentan contra la participación de las mujeres en el espacio público y, por ello, proponen, junto con otros aspectos jurídicos, la formulación de estrategias comunicativas inclusivas y la creación de protocolos ante situaciones de acoso.

Amnistía Internacional también considera la desinformación una forma de violencia digital contra las mujeres y el colectivo LGTBIQ+. En 2018, lanzaron la campaña #ToxicTwitter, en la que entrevistaron a mujeres que habrían sufrido violencia en esta red social y pidieron a la empresa tecnológica que mejorara sus medidas de observación y denuncia. En el núcleo de estas propuestas se encuentra garantizar la participación de las mujeres en espacios públicos y que puedan usarlos para comunicar, movilizarse, acceder a la información y ganar visibilidad, sin ser atacadas

mediante diversas estrategias, como las difamaciones basadas en información falsa.

Más allá del ámbito estructural digital, otros proyectos se han centrado en generar nuevos discursos. La Intersección es una de esas iniciativas que plantea una visión más propositiva para un cambio narrativo en los espacios digitales. Ha colaborado, entre otros proyectos, con Bróders, un foro diseñado como un espacio de acompañamiento para jóvenes, con el fin de que puedan desarrollar masculinidades no tóxicas, alejadas de insultos, bulos o contenidos polarizantes. Otros proyectos proponen la creación de narrativas por parte de las propias usuarias de redes sociales. #AtravesadasxLasPalabras es una iniciativa de Alianza por la Solidaridad, enmarcada en el proyecto «Escuela antirrumores». En ella, un grupo de mujeres racializadas se reunió para explicar las consecuencias de la desinformación en su día a día y, con ello, demandar una comunicación contextualizada y libre de lenguaje del odio.

Existe, claro, un conjunto de herramientas que facilitan la verificación de información y están disponibles en la mayoría de los espacios especializados en estas cuestiones (Fact-Check Explorer, TinEye o Wayback Machine), así como consejos útiles para evaluar la veracidad de una noticia (leer no solo el titular y revisar errores ortográficos, por ejemplo) difundidos por estas mismas iniciativas. Pero más allá de la actividad periodística hay una ciudadanía que plantea soluciones creativas al problema de la desinformación. Cabe no olvidar que estas acciones muestran un panorama comunicativo más plural y capaz de abordar la cuestión de la desinformación no solo como el envío

de información falsa, sino también como estrategias más amplias de violencia machista. Su actividad facilita la comprensión de los conflictos que atraviesa el feminismo en la actualidad, así como su abordaje holístico desde la acción comunicativa.

3. Referencias

- Badshah, N. (2018, abril 8). Facebook to contact the 87m users affected by data breach. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/08/facebook-to-contact-the-87-million-users-affected-by-data-breach>
- Calvo, D.; Cabrera Altieri, D.H. (2025). *Más allá del fact-checking: pensar la desinformación desde una perspectiva ciudadana*. En G. López García; E. Campos Domínguez (Eds.), *La esfera pública postmediática y sus flujos de comunicación* (pp. 171-194). Los Libros de la Catarata.
- Calvo, D.; Iranzo-Cabrera, M.; Morales-i-Gras, J.; Tarullo, R. (2025). The club of the discontents: motivational roots, polarise narratives, and key actors of Spanish-speaking anti-abortion communities on Twitter. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-10.
- Calvo, D.; López García, G.; Aguar Torres, J. (2024). *Periodismo digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-03-4.
- Lacalle, C.; Gómez-Morales, B.; Vicent-Ibáñez, M. (2023). Misogyny and the construction of toxic masculinity in the Spanish Manosphere (Burbuja. info). *Profesional de la información*, 32(2).
- Tandoc, E.C.; Lim, Z.W.; Ling, R. (2018). Defining «Fake News»: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Villar Aguilés, A.; Pecourt García, J. (2021). Antifeminismo y troleo de género en Twitter. Estudio de la subcultura trol a través de# STOPfeminazis. *Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18(1), 33-44. <https://doi.org/10.5209/tekn.70225>
- Villar-Aguilés, A.; Venegas, M. (2024). El discurso anti-género en educación en España: Un análisis del #pinparental. *Revista Prisma Social*, (46), 359-384.
- Wardle, C.; Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.

