

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 45, año 2026. URL: [espejodemonografias.comunicacionsocial.es](http://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 10

### Título del Capítulo

«El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás»

### Autoría

Almudena Mata-Núñez

### Cómo citar este Capítulo

Mata-Núñez, A. (2026): «El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás». 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/c10.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

<b>Presentación. Herramientas digitales para la igualdad de género</b>	<b>9</b>
<i>por José Candón-Mena; Salomé Sola-Morales</i>	
Referencias	18
<b>1. Autodefensa feminista frente a las violencias de género digitales. Del DonesTech al testimonio ético en redes</b>	<b>21</b>
<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
<b>2. Desinformación y discurso machista: verificar con perspectiva de género</b>	<b>37</b>
<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
<b>3. Respetar la privacidad no debería ser una opción</b>	<b>49</b>
<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
<b>4. Cómo editar wikipedia con perspectiva de género</b>	<b>65</b>
<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
<b>5. Femitags: los <i>hashtags</i> como caja de herramientas para el activismo feminista</b>	<b>77</b>
<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

<b>6. Email marketing desde una mirada más abierta</b>	<b>93</b>
<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
<b>7. Crowdfunding para el tercer sector</b>	<b>103</b>
<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
<b>8. Mapeo para el cambio social y contra la violencia de género</b>	<b>115</b>
<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
<b>9. El podcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital</b>	<b>129</b>
<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
<b>10. El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás</b>	<b>143</b>
<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
<b>11. El pódcast como herramienta digital para la conciliación y los cuidados</b>	<b>153</b>
<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

**10.**



## El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás

*Almudena Mata-Núñez*  
Universidad de Sevilla

### *Introducción*

En los años noventa Donna Haraway conceptualizó la imagen del cibernético como híbrido entre humano y máquina, desligado de la naturaleza y ajeno a las divisiones de género de la cultura occidental. Se trata de un ser que se mueve en los márgenes de lo humano y que se integra en el hogar a través de la tecnología. El cibernético se aleja de las posiciones de género esencialistas y no encaja en las grandes definiciones (Díaz Galán, 2012), por lo que se libera de las limitaciones del género.

A su vez, en esos años, el acceso a la tecnología se concibe como una conquista del poder y esos primeros acercamientos serían el origen del ciberfeminismo, «que se definió como una forma de activismo en la red característico de los años noventa, momento en el que se adopta Internet como modelo de intercambio de ideas para la intervención social» (Bernárdez Rodal, 2015: 225).

Se trata de una nueva época en la que el contexto digital favorece las conexiones internacionales, por ejemplo, a través de las redes sociales, que «dan la

oportunidad de que lo que comprendemos como una problemática individual se interprete en clave social o política» (Brandariz Portela; Sosa Sánchez, 2022: 379). El acceso a la tecnología también ha permitido la promoción de las identidades subalternas y de los cuerpos relegados a los márgenes del sistema, que se enfrentan a un espacio del que apropiarse en la red.

Estos planteamientos en torno al ciberno y el ciberfeminismo enlazan con las dinámicas virtuales de la cuarta ola feminista, que da comienzo en la segunda década del siglo XXI, señalándose en muchos casos el año 2018 como el punto de arranque mundial debido a las masivas manifestaciones del Día de la Mujer. En España, la repercusión social fue tal que, por primera vez, el feminismo se reconoció como un movimiento movilizador dentro de la política española (Montero Gil, 2024). No obstante, la unión del movimiento se produjo a partir del #MeToo y, aunque en España no se ha registrado una reacción comparable, sí es cierto que ha habido un cambio de paradigma respecto a la aceptación y encubrimiento social sobre las violencias sexuales.

Quizá, el caso más paradigmático haya sido el de «La Manada» de los sanfermines de 2016, que provocó una amplia y sonora reacción social en apoyo a la víctima. El «yo sí te creo» y «hermana, aquí está tu manada» se convirtieron en fuertes proclamas del movimiento feminista en España. También han tenido gran repercusión mediática los casos del futbolista Dani Alves, el beso no consentido de Luis Rubiales a Jenni Hermoso y, más recientemente, el de Íñigo Errejón, cuyos supuestos abusos sexuales se destapa-

ron a través de un mensaje anónimo en la cuenta de Instagram de la periodista Cristina Fallarás en el que no se indicaba el nombre del político, por lo que la identificación fue posible por el reconocimiento de casos similares por parte de otras víctimas.

Con el lema «Se Acabó», las mujeres españolas han alzado la voz en los medios de comunicación y las redes sociales, con la intención de frenar definitivamente cualquier tipo de violencia recibida por cuestiones de género. El pacto de silencio que ha encubierto los abusos de poder patriarcal parece que comienza a resquebrajarse y la cultura popular empieza a hablar de la violencia de género desde la protesta y la reparación.

### *1. Feminismo y redes sociales*

Escriben Fernández Romero, Corredor Lanas y Santín Durán que Internet favorece «el crecimiento de la interconectividad y de las redes de interacción e interdependencia y permiten a los diversos movimientos sociales, como el feminismo o el ecologismo, abrir canales de comunicación más participativos» (2011: 63). En este contexto, como apuntan Tortajada y Vera (2021), las redes sociales han supuesto un impulso para la visibilidad del debate feminista, así como para su contraparte, la reacción antifeminista procedente de las expresiones machistas en la web.

Desde una perspectiva positiva, la tecnología se concibe como una herramienta liberadora que permite la creación de nuevas identidades políticas desde el ac-

tivismo y la disminución de desigualdades de género (Sánchez-Duarte; Fernández-Romero, 2017).

De hecho, García González (2023) apunta que el activismo digital feminista puede dividirse en cuatro fases desde el nacimiento del ciberfeminismo en los años noventa, estando las dos últimas relacionadas con la irrupción de *hashtags* feministas en las redes sociales, como #NiUnaMenos y #8M, entre otros muchos (*cf.* Capítulo 5 de esta guía sobre el *Femitag*).

De tal manera, en el contexto virtual, es posible destacar dos líneas en la conjunción del feminismo y las nuevas tecnologías: «la continuidad y el ensanchamiento de los territorios del feminismo tradicional, por un lado, y la contribución a la erradicación de la brecha digital, favoreciendo la incorporación de las mujeres a las nuevas tecnologías, por otro» (Fernández Romero; Corredor Lanas; Santín Durán, 2011: 69).

Aránguez Sánchez apunta que las redes sociales permiten la organización colectiva «para denunciar hechos que suceden bajo la indiferencia de los medios de comunicación» (2021: 381), es decir, las redes sociales se abren como un espacio de discusión y denuncia accesible a la ciudadanía anónima que puede hacerse oír sin necesidad de tener que recurrir a grandes plataformas mediáticas. No obstante, la agenda mediática influye en gran medida en los contenidos compartidos en redes sociales, en tanto que se suelen comentar casos relacionados con las noticias de actualidad (Navarro; Villegas-Simón, 2022).

## 2. «Yo sí te creo». *El Instagram de Cristina Fallarás*

En 2023, España vivió un suceso similar al #Me-Too con el lema «#SeAcabó», impulsado por las jugadoras de la selección femenina de fútbol tras el beso no consentido de Luis Rubiales a Jennifer Hermoso (Asensi-Rodríguez; Martínez-Rolán, 2024). Las redes sociales fueron un punto clave para la difusión de testimonios de acoso sexual en diferentes ámbitos profesionales, de manera que lo que podría haber sido una anécdota se convirtió en una reflexión colectiva sobre la necesidad de cambios profundos en la sociedad en general y en el deporte en particular.

Un año después, en octubre de 2024, otro caso mediático propició un nuevo debate sobre el feminismo: la dimisión de todos sus cargos políticos de Íñigo Errejón como consecuencia de una denuncia anónima de acoso sexual compartida por Cristina Fallarás en Instagram (@cfallaras), en la que no se mencionaba al político, pero que cientos de comentarios asociaron a él.

Como explican Sánchez-Duarte y Fernández-Romero, en España, el ciberactivismo feminista resulta de «militancias previas y repertorios reconocidos digitalizados. Este hecho conforma un patrón conocido de fácil activación en red ante determinadas acciones y sin la necesidad de unidades centrales, organizaciones convencionales o núcleos de participación» (2017: 899). Por ello, no es de extrañar que una escritora y periodista feminista haya empleado sus redes sociales para dar voz a asuntos relacionados con la lucha feminista, en este caso, las denuncias por acoso sexual.

Cristina Fallarás cuenta con más de 9.600<sup>1</sup> publicaciones en su *feed* de Instagram, siendo la mayoría capturas de mensajes que recibe en su cuenta por parte de personas anónimas que deciden compartir su historia como víctimas de cualquier tipo de violencia de género y acoso. Ya sea por parte de miembros de la propia familia, de conocidos o personajes públicos, el patrón de los relatos se repite con cierta frecuencia, con lo que se señala que la violencia de género atraviesa todos los ámbitos sociales y puede ocurrirle a cualquier persona.

Aquí, Instagram no se emplea como un espacio más en el que compartir contenido, sino que permite que las mujeres narren sus historias, que puedan ser contadas por ellas mismas y que otras se reconozcan para sentir que no están solas. Frente a un proceso judicial caro, tedioso y revictimizante, la narración de testimonios en la cuenta de Fallarás abre un marco de expresión ausente de juicios, lo que apunta a la necesidad de encontrar espacios seguros en los que poder señalar las violencias vividas.

Los testimonios recogidos por Fallarás componen un archivo feminista de denuncia, una memoria colectiva que estuvo a punto de perderse cuando, tras la identificación de Íñigo Errejón como uno de los protagonistas de sus publicaciones, Meta cerró la cuenta de la periodista tras recibir una avalancha de denuncias contra ella en la plataforma. No era la primera vez que la empresa tomaba esta decisión, aunque ahora ocurría después de la publicación de otras historias en

---

<sup>1</sup> Última revisión el 23/01/2026.

las que se hablaba de políticos y periodistas, aunque siempre sin mencionar sus nombres. El anonimato ampara a las víctimas de las violencias, pero también a los protagonistas, por lo que no se trata de una práctica con la que se busque resarcirse públicamente.

La cuenta de Fallarás es un ejemplo de que las redes sociales no solo pueden usarse para crear contenido y compartir convocatorias feministas, sino que también pueden servir para crear comunidad y conformar un archivo de testimonios en primera persona. Así, las redes sociales tienen la capacidad de funcionar como foro público, como espacio de encuentro para que las víctimas puedan narrar las violencias sufridas. Frente a las trabas burocráticas y el difícil acceso a los medios de comunicación, en la cuenta de Instagram se ha propiciado un ambiente seguro de escucha activa abierto a cualquier mujer dispuesta a construir esa memoria digital colectiva de la cuarta ola feminista.

### 3. Referencias

- Aránguez Sánchez, T. (2021). La cuarta ola feminista, contra el sexismo digital. En Aránguez Sánchez, T.; Olariu, O. (Coords.). *Feminismo digital. Violencia contra las mujeres y brecha sexista en internet* (pp. 381-397). Dykinson.
- Asensi-Rodríguez, C.; Martínez-Rolán, X. (2024). Feminismo en la era digital: Movilización, resistencias y la contrarreacción antifeminista en redes sociales. Una aproximación a la cuarta ola. *Gender on Digital*, 2, 95-116. <https://doi.org/10.35869/god.v2.5895>
- Bernárdez Rodal, A. (2015). Mujeres en medio(s). *Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Editorial Fundamentos.
- Brandariz Portela, T.; Sosa Sánchez, R.P. (2022). Caracterización del #MeToo en España. Una aproximación a través del análisis de la prensa y su impacto en la ciudadanía. *Revista de Investi-*

- gaciones *Feministas*, 13(1), 375-388. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.77820>
- Díaz Galán, J. (2012). Donna Haraway o el devenir perro del cyborg. En Meloni, C. *Las fronteras del feminismo: teorías nómadas, mestizas y postmodernas* (pp. 243-262). Fundamentos.
- Fernández Romero, D.; Corredor Lanas, P.; Santín Durán, M. (2011). Nuevos espacios de comunicación, relación y activismo en la era digital: la Red como oportunidad para el feminismo. *Asparkia*, 22, 61-72.
- García González, L. (2023). Una revisión de la literatura sobre la investigación del activismo digital feminista desde una perspectiva de comunicación y cultura digital. *Global Media Journal México*, 20(38), 94-113. <https://doi.org/10.29105/gmjmx20.38-498>
- Montero Gil, I. (2024). *Algo habremos hecho*. Navona Editorial. Edición de Lidia Rubio.
- Navarro, C.; Villegas-Simón, I. (2022). Feminist discourses of Spanish digital influencers: An analysis of their activity on social media. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 8: 201-214. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i8.223>
- Sánchez-Duarte, J.M.; Fernández-Romero, D. (2017). Subactivismo feminista y repertorios de acción colectiva digitales: prácticas ciberfeministas en Twitter. *El profesional de la información*, 26(5), 894-902. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.11>
- Tortajada, I.; Vera, T. (2021). Feminismo, misoginia y redes sociales. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 1-4. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.74446>