

MONOGRAFÍAS FEMINISTAS

Espacio
digital

No. 7
JUNIO
2026

In_Mujeres

INSTITUTO
DE LAS
MUJERES





Ibrahim.ID. | CC.4.0

«Se está disputando la democracia, la igualdad y la justicia en el ámbito digital. Ahí se decide quién tiene voz, quién participa, quién es escuchada y quién queda fuera»

Cristina Hernández Martín
Directora del Instituto de las Mujeres.



Revista In_Mujeres

ES UNA PUBLICACIÓN EDITADA POR:
INSTITUTO DE LAS MUJERES, O.A.
C/Pechuán, 1
28002 - Madrid

DIRECTORA DE LA REVISTA:
Cristina Hernández Martín
Directora del Instituto de las Mujeres

COORDINADORA DE LA EDICIÓN:
María Vázquez Sellán
Subdirectora General de Estudios y Cooperación

CONSEJO DE REDACCIÓN:
Ana Blanco-Magadán Orta
Pilar Blázquez Gómez
Marina Martínez de Marañón Yanguas

ILUSTRACIÓN DE PORTADA:
Patricia Pérez Ramírez

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIONES:
AESIA
María María Acha Kutcher
Berta Gómez Santo Tomás
Patricia Pérez Ramírez
Wikiesfera

CONSEJO DE REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:
C/Pechuán 1, 28002 Madrid
Telf.: (+34) 91 452 86 83

SUSCRIPCIONES REVISTA ELECTRÓNICA:
revista@inmujeres.es
www.inmujeres.gob.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:
Editorial MIC
www.editorialmic.com

IMPRIME:
Editorial MIC
Telf.: 902 27 19 02



Catálogo de publicaciones
de la Administración General del Estado
<https://cpage.mpr.gob.es>
Nipo Papel: 050-22-040-7
eNipo: 050-22-041-2
Depósito Legal: M-26059-2022



In_Mujeres no se hace responsable de las opiniones expresadas en los artículos publicados. Solo se considerarán opiniones de *In_Mujeres. Monografías feministas* aquellas que vayan suscritas por su directora o aparezcan en forma de editorial. Se podrán reproducir total o parcialmente los trabajos publicados en *In_Mujeres*, citando la procedencia y solicitando la autorización de la revista.

QUEDA PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE ESTA PUBLICACIÓN, POR CUALQUIER MEDIO FÍSICO O ELECTRÓNICO, SIN CITAR LA PROCEDENCIA.

Sumario

7.

Mujer_es

Cristina Hernández Martín

—

Palabras de la directora

21.

Mujer_es

Observatorio de la Imagen de las Mujeres

—

¿Qué es el Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM)?

11.

Mujer_es

ARTÍCULO

María González Veracruz

—

Igualdad real.
Igualdad digital



15.

Mujer_es

ARTÍCULO

Proyecto UNA

—

La amenaza de los derechos de las mujeres en el espacio digital ayer y hoy

24.

Mujer_es

ARTÍCULO

Carla Vall i Duran

—

Sobre el machismo y la misoginia en la era digital

31.

Mujer_es

ARTÍCULO

Nuria Alabao

—

El peaje invisible: quién puede hablar en el espacio público digital

36.

Mujer_es
ARTÍCULO
*María Sefidari Huici
y Patricia Horrillo Guerra*

La batalla invisible: mujeres
y conocimiento en Wikipedia



67.

Mujer_es
ARTÍCULO
*Alejandro Tirado, Marta Fraile
y Paula Zuluaga*

Influencers y feminismo:
cómo se construye la opinión
pública en la era digital

42.

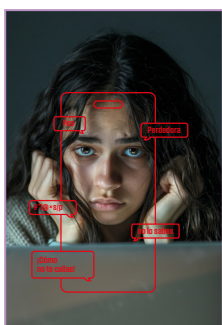
Mujer_es
REPORTAJE
Berta Gómez Santo Tomás

Retos y desafíos que
encuentran las mujeres
en el espacio digital

52.

Mujer_es
ARTÍCULO
Marta G. Franco

Cómo conseguir que todas
encontremos nuestra fiesta
en Internet



62.

Mujer_es
ARTÍCULO
Lydia Delicado-Moratalla

La pornografía digital
en el capitalismo
de plataforma



48.

Mujer_es
ARTÍCULO
Laia Serra Perelló

Alianzas frente
a las violencias digitales

72.

Mujer_es
ARTÍCULO
Irene Adán Sánchez-Infantes

La tecnología en disputa: ¿la
inteligencia artificial como
nuevo espacio de desigualdad?





POR *Cristina Hernández Martín*

Directora del Instituto de las Mujeres

Internet dejó hace tiempo de ser solo una herramienta tecnológica. Desde sus primeros años hasta hoy, se ha convertido en uno de los grandes espacios de socialización de nuestro tiempo: un lugar donde construimos identidad, establecemos relaciones, participamos políticamente y aprendemos a mirar el mundo.

Lo digital no es un espacio separado de la vida real. Es la vida. Y precisamente por eso, todo lo que ocurre ahí tiene consecuencias materiales, sociales y políticas sobre nuestras vidas cotidianas.

Las relaciones de género no desaparecen cuando entramos en Internet. Al contrario: se trasladan al entorno digital con las mismas desigualdades, jerarquías y mandatos que atraviesan la sociedad. Pero, además, las plataformas y dinámicas propias del ecosistema digital generan nuevas formas de interacción, amplifican determinadas violencias y reconfiguran cómo se ejerce el poder sobre las mujeres también en el espacio *online*.

Tienes entre tus manos una revista en la que reunimos distintos análisis y reflexiones sobre estas transformaciones y sus implicaciones sociales y políticas. También sobre los retos que plantea garantizar los derechos de las muje-

res en un entorno digital que no es neutral y en el que las desigualdades de género también se reproducen, se amplifican y adquieren nuevas formas.

El anonimato y la sensación de impunidad que ofrecen muchas plataformas facilitan los ataques contra mujeres, voces feministas y defensoras de derechos humanos. Además, existe una dimensión colectiva especialmente relevante: las dinámicas propias de las redes, (los «me gusta», las comparticiones, los algoritmos que premian la interacción) no solo amplifican determinados contenidos, sino que también ayudan a construir comunidades e identidades colectivas alrededor de discursos misóginos y reaccionarios.

En este contexto, la visibilidad, la repetición y la interacción constante refuerzan determinadas narrativas y formas de interpretar la realidad. Y esto tiene consecuencias especialmente importantes entre la población joven y adolescente, que construye buena parte de su identidad también en estos espacios digitales y se encuentra más expuesta a estos discursos y dinámicas.

El impacto sobre las mujeres es también profundo. La exposición continuada al acoso, la violencia y la hostilidad en redes afecta al bienestar, a la salud mental y a la calidad de vida. Y, en demasiadas ocasiones, termina teniendo un efecto disciplinante: muchas mujeres reducen su participación, autocensuran sus opiniones o directamente abandonan determinados espacios digitales.

En este sentido, el Proyecto UNA, en su artículo sobre *La amenaza de los derechos de las mujeres en el espacio digital ayer y hoy*, apunta que la misoginia ha desarrol-

do mecanismos propios de manifestación, amplificación y legitimación, configurándose como un tipo de violencia disciplinaria. El ataque no se limita a la persona que lo sufre, sino que se extiende a quienes pueden ser percibidas como parte de su mismo grupo. Así, la violencia *online* adquiere un carácter ejemplarizante, al hacerse visible para todas las personas y funcionar como advertencia que puede ser imitada y reproducida frente a determinados posicionamientos feministas.

Laia Serra advierte, además, que el daño que provocan estas violencias se ve agravado por la falta de comprensión social que aún existe. Esta situación favorece el silencio de muchas jóvenes y genera en las mujeres adultas una sensación de vulnerabilidad y falta de recursos para afrontarlas. Sus efectos abarcan desde el deterioro del bienestar físico y emocional hasta el aislamiento social.

A este análisis se suma una mirada desde los derechos digitales y las nuevas formas de violencia tecnológica. Carla Vall recuerda que Internet, como derecho fundamental y cuestión de equidad, no puede convertirse en un espacio del que las mujeres se vean expulsadas o a cuya renuncia se vean abocadas. Asimismo, introduce el término *deepfakes*, un fenómeno de creación de imágenes digitales falseadas.

La autora advierte de las implicaciones concretas de este fenómeno a partir de ejemplos recientes. Desde comienzos de año, la inteligencia artificial Grok ha funcionado sin controles éticos ni legales efectivos, generando de forma masiva imágenes ilícitas. Entre otras prácticas, ha llegado a sexualizar y desnudar a mujeres a partir de fotografías, creando representaciones falseadas de sus cuerpos para quienes las solicitaban.

La inmensa mayoría de estos contenidos se enmarcan en dinámicas de explotación sexual. Nos encontramos ante un problema de gran alcance social y de seguridad pública que aún no cuenta con una regulación suficiente ni con mecanismos eficaces de prevención y persecución de estas conductas.

Nuria Alabao destaca en su artículo que la misoginia funciona también como fuente de rentabilidad para los propietarios de las plataformas, lo que contribuye a incentivar la polarización e intensificar la reacción antifeminista.

Por su parte, Lydia Delicado analiza el carácter lucrativo de las plataformas en un ámbito que suscita especial preocupación, tanto en la realidad como en el entorno digital. En su artículo sobre *la pornografía digital en el capitalismo de plataforma*, estudia cómo se reconfigura el negocio, a través

de la transición del proxenetismo tradicional hacia nuevas formas de proxenetismo digital y la emergencia de circuitos de pornoprosstitución en los entornos *online*.

En este nuevo número, la inteligencia artificial se sitúa en el centro del análisis, en un contexto en el que las redes sociales han transformado la formación de la opinión pública, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

Los *influencers* desempeñan un papel relevante: a través de contenidos aparentemente alejados de la política, introducen ideas y marcos de interpretación que influyen en actitudes y posicionamientos, también en cuestiones como el feminismo. En esta línea, Alejandro Tirado, Marta Fraile y Paula Zuluaga analizan cómo estas narrativas contribuyen a moldear la opinión pública.

En el espacio digital, las mujeres continúan enfrentando múltiples barreras para lograr visibilidad y reconocimiento, en un entorno atravesado por desigualdades estructurales. Esta es una preocupación feminista que recoge Irene Adán en su artículo, en el que aborda cuestiones relacionadas con el acceso, el uso y la sostenibilidad de estos entornos, y que también está presente en el artículo de Berta Gómez, *Los retos y desafíos que encontramos en el espacio digital*, que analiza la presencia de las mujeres en Internet, sus límites y condiciones, y la necesidad de consolidar este espacio como un ámbito verdaderamente igualitario.

Se presentan también propuestas y experiencias orientadas a generar entornos digitales más seguros e inclusivos para las mujeres. El artículo de Marta G. Franco, *Cómo conseguir que todas encontremos nuestra fiesta en Internet*, reúne distintas iniciativas y pone el acento en el potencial del *software* libre y de las arquitecturas descentralizadas para avanzar hacia un ecosistema tecnológico más diverso.

En esta misma línea, iniciativas como Wikiesfera, impulsadas por María Sefidari y Patricia Horrillo, promueven editatonas y talleres de edición con el objetivo de ampliar y diversificar la representación del conocimiento en la enciclopedia, contribuyendo a una construcción más justa y equitativa del saber.

La inteligencia artificial requiere hoy una respuesta a la altura de su impacto social. Este número se enmarca en la necesidad inaplazable de abordar su desarrollo en el contexto actual desde una perspectiva feminista. Implica estar presentes en el espacio digital con firmeza, ocuparlo activamente y sostener en él la defensa de los derechos de las mujeres.



Patricia Pérez Ramírez | © Instituto de las Mujeres

Supone también disputar los relatos y contribuir a que la tecnología no reproduzca ni amplifique desigualdades, sino que avance hacia un entorno más justo e igualitario.

Todo esto forma parte de una realidad que nos importa y a la que prestamos una atención constante. Desde el Instituto de las Mujeres llevamos tiempo observando este espacio y acompañando sus transformaciones.

A través del Observatorio de la Imagen de las Mujeres, analizamos y actuamos frente a los contenidos del entorno digital que reproducen estereotipos y desigualdades, más allá del ámbito publicitario.

Recientemente, hemos dado un paso más con la firma de un convenio con la Agencia Española de Supervisión de la Inteligencia Artificial (AESIA), que permitirá avanzar hacia una inteligencia artificial más justa e inclusiva, incorporando la perspectiva de género en su supervisión y desarrollo. El trabajo conjunto estará orientado a identificar y prevenir posibles sesgos discriminatorios, así como a garantizar que la implantación de estos sistemas se realice con pleno respeto a los derechos fundamentales y a la igualdad entre mujeres y hombres.

Les invito a entrar en este nuevo número de nuestra revista con curiosidad, con preguntas y también con la convicción de que el feminismo tiene mucho que decir sobre el mundo que viene. Porque hablar de inteligencia artificial, de algoritmos o de redes sociales no es hablar solo de tecnología: es hablar de poder, de democracia, de derechos y de cómo queremos vivir juntas.

En estas páginas encontrarán reflexiones y miradas críticas sobre las transformaciones digitales que ya están atravesando nuestras relaciones, nuestras emociones, nuestra participación pública y nuestras vidas cotidianas. Y encontrarán también una idea de fondo que el feminismo lleva décadas recordándonos: ninguna tecnología es neutral si la sociedad en la que surge no lo es.

Se está disputando la democracia, la igualdad y la justicia en el ámbito digital. Ahí se decide quién tiene voz, quién participa, quién es escuchada y quién queda fuera. Y por eso el compromiso feminista sigue siendo imprescindible y urgente: para defender los derechos de las mujeres, para escuchar sus experiencias y para construir un futuro digital más democrático, más justo y más habitable para todas. ■



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA
SECRETARÍA DE ESTADO DE REGULACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

aesia
Agencia Española de Supervisión de Inteligencia Artificial

I Encuentro Mujeres y Tecnología

Mujeres liderando la transformación



Alejandra Artero
Moderadora
Directora del Gabinete de la Secretaría de Estado de Digitalización e IA



Desireé Fraile Rodríguez
Directora General de APIEM



María del Pilar Gallego García
Investigadora postdoctoral en CNIO



Aránzazu Alonso
Responsable de seguimiento territorial de actuaciones digitales de FSD



Susana Voces
Presidenta de ADigital

«Para el Gobierno de España, promover el desarrollo de una IA responsable, sostenible y confiable solo es posible si se hace en clave feminista, velando por la igualdad»



POR *María González Veracruz*

Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y presidenta de la Agencia Española de Supervisión de Inteligencia Artificial (AESIA)

Igualdad real. Igualdad digital

Comienzo estas líneas con una reflexión: no demos por sentado que los derechos conquistados con esfuerzo son eternos. Y mucho menos en materia de igualdad. Desde el Gobierno de España sabemos que hay que protegerlos cada día. Porque, mientras trabajamos en cerrar brechas de género, vemos cómo se legitima la violencia digital contra las mujeres o crece el negacionismo de la violencia de género entre personas jóvenes, poniendo en duda los avances logrados por sus abuelas o sus madres.

Nos preocupa cómo el mundo digital multiplica estas amenazas, amparadas por el anonimato y la posibilidad de esconderse detrás de un algoritmo. La inteligencia artificial (IA),

que acelera la velocidad a la que se transmite la información (y la desinformación), ha llegado a todos los planos de nuestra vida. Queremos que sea para mejorarla y tenemos el convencimiento de que puede serlo. Pero, para ello, no podemos perder ningún derecho de los que ya hemos ganado en la vida analógica. Ni un solo paso atrás.

Por eso es tan oportuna la Agencia de Supervisión de Inteligencia Artificial (AESIA) que tengo la responsabilidad de presidir, un organismo pionero en Europa que asegura a la ciudadanía que sus derechos no sean vulnerados por sistemas de IA con fines fraudulentos o indebidos. Esta agencia –en la que más de la mitad de su plantilla son mujeres– tiene como una de sus prioridades velar por la igualdad de género en la aplicación de esta tecnología.

«Mujeres e Inteligencia Artificial» es el primer grupo de trabajo de su Laboratorio de Ideas, un *think tank* que va a anticiparse a los impactos

de la IA, haciéndose las preguntas correctas para abordar retos presentes y futuros. Una de ellas es inevitable: ¿cómo combatimos los sesgos¹ de género? A encontrar respuestas nos ayudarán expertas de alto nivel. Conociendo el escenario actual, las oportunidades y los desafíos, podrán contribuir a la toma de decisiones informadas que reduzcan sesgos y brechas. Porque, para el Gobierno de España, promover el desarrollo de una IA responsable, sostenible y confiable solo es posible si se hace en clave feminista, velando por la igualdad.

Europa se ha dotado de reglas del juego, hemos construido nuestro propio escudo. El Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial supone una garantía para la protección de los derechos fundamentales. Y España contribuye activamente a evitar brechas en ese escudo. Por ejemplo, la AESIA remitirá pruebas documentales a la Unión Europea para apoyar la investigación sobre Grok, que permite la creación y difusión de imágenes sexualizadas y manipuladas sin consentimiento.

Tenemos el deber de actuar. En todo el mundo, más del 73 % de las mujeres han sido expuestas o han experimentado algún tipo de violencia en Internet². El 80 % de las mujeres españolas de entre 16 y 24 años ha sufrido acoso en redes sociales puntualmente³. Y el informe *Infancia Digital* que elaboramos desde Red.es con UNICEF, revela que el 29,6 % de los menores ha consumido pornografía en alguna ocasión, en uno de cada tres casos de manera fortuita.

Y esto afecta doblemente a las menores. Por eso el presidente del Gobierno ha sido pionero en liderar la prohibición de acceso de los menores de 16 años a las redes sociales que va a ser incluida en la Ley para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales, para cuya aprobación apelo al compromiso de los grupos parlamentarios.

Europa ya es un espacio de derechos digitales. Que se anticipa y actúa para adaptarse y mejorar el escudo que supone el Reglamento de IA. Y ha sido España quien ha liderado la propuesta, aprobada por la Unión Europea, de que el «ómnibus digital» incorpore como prohibidos aquellos sistemas de IA que generen *deep-fakes* sexuales.

Sabemos que no estamos solas. En el Instituto de las Mujeres encontramos a las mejores aliadas. La colaboración con la AESIA integrará la igualdad de género en el ciclo de supervisión y uso de la IA. Cooperaremos en la detección, prevención y corrección de los sesgos de género en sistemas de IA. Y actuaremos para reforzar la protección de los derechos fundamentales en el despliegue de los sistemas de alto riesgo, así como para asegurar que las decisiones automatizadas no generen discriminación. Juntas no solo somos más fuertes, sino que podemos llegar mucho más lejos.

De los detalles de este acuerdo, que firmaron nuestros ministros la víspera del Día de la Mujer, conversé con María Guijarro Ceballos, secretaria de Estado de Igualdad,

«Ningún avance tecnológico será un avance real si no estamos con las mujeres y la defensa de sus derechos»



¹ Un sesgo es una tendencia que hace que un modelo ofrezca respuestas que favorecen, excluyen o representan de forma desigual a ciertos grupos, ideas o situaciones. Fuente: Qué son los sesgos en la IA - Inteligencia artificial - EHU. Disponible en: <https://www.ehu.es/es/web/adimen-artificiata/sesgos-en-la-ia>

² ONU (2015) *Combatir la violencia en línea contra las mujeres y las niñas: Una llamada de atención al mundo*.

³ Informe Violencia Digital del Ministerio de Igualdad, 2026.



© AESIA

en el I Encuentro Mujeres y Tecnología que impulsamos desde la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial. Aquel día, rodeada de mujeres y compañeros cómplices, vi cumplido uno de los propósitos más motivantes al frente de esta Secretaría de Estado: tejer una red para ser visibles, fomentar sinergias, estar unidas y seguir multiplicándonos juntas.

Reunimos a talentosas mujeres, a las mejores capacidades. Y fue inspirador escuchar sus reflexiones, conocer sus casos de éxito, aprender de sus ejemplos. Con la satisfacción de haber aportado medidas como ENISA Emprendedoras, ahora reforzada para que ninguna buena idea se quede sin el apoyo necesario. El programa ya moviliza 67 millones de euros en préstamos para pymes y *startups* lideradas por mujeres en todo el territorio. Emprendedoras que innovan en sectores como las TIC, la educación, la agricultura, la energía o la salud digital. Además, desde la Sociedad Española para la Transformación Tecnológica (SETT), estamos impulsando el escalado de empresas innovadoras lideradas por mujeres. Y con iniciativas como *Desafío San Francisco*, acompañamos a *startups* dirigidas por mujeres a fortalecer su estrategia en el ecosistema de Silicon Valley.

En aquel encuentro, el debate «Inteligencia artificial: ¿cómo mitigar los sesgos de género?» analizó los sesgos en los algoritmos y propuso soluciones para garantizar una IA inclusiva, segura e igualitaria. No es solo que la IA pública «piense» en nuestras lenguas, sino que lo haga con nuestros valores democráticos, evitando la reproducción de estereotipos y reduciendo los riesgos y el trato desigual. Ese es el espíritu de ALIA, la IA soberana española. Más de mil personas participaron en el

Desafío ALIA que lanzamos en Talent Arena, para contribuir al alineamiento del modelo ALIA 40B.

Es esta IA con valores la que ya utilizan empresas que construyen soluciones de inteligencia artificial para los más diversos usos: mejorar los servicios públicos, prevenir enfermedades, atender a la ciudadanía o proteger nuestro patrimonio.

Este Gobierno está haciendo de España un referente de la inteligencia artificial ética. Lo tenemos claro: la tecnología tiene que estar al servicio de las personas, con un desarrollo responsable y respetuoso con los derechos humanos, con criterios de cohesión, de equidad y de igualdad.

Esa es la voz poderosa que lidera España en Europa y en el mundo. Y esa es la misión de la AESIA, una herramienta para aportar seguridad y confianza a la ciudadanía en el uso de la IA y fomentar su uso responsable. Con las personas en el centro. Con la igualdad como condición. Ningún avance tecnológico será un avance real si no estamos con las mujeres y la defensa de sus derechos. Lo mismo en la calle que en la red. ■

«No podemos perder ningún derecho de los que ya hemos ganado en la vida analógica. Ni un solo paso atrás»





Proyecto UNA

proyectouna@riseup.net

Proyecto UNA es un colectivo de escritura que investiga la cultura digital y nuestra relación con la tecnología, así como las nuevas formas de creación de comunidad y propaganda política. Monitorizamos la reacción conservadora y las estrategias de resistencia feminista que le hacen frente.

La amenaza de los derechos de las mujeres en el espacio digital ayer y hoy

El desarrollo de Internet no supuso la desaparición de las jerarquías sociales, sino su reconfiguración en el espacio digital. Desde los primeros entornos virtuales hasta las plataformas actuales, la misoginia ha encontrado formas específicas de expresión, amplificación y legitimación. Sin embargo, es importante no perder de vista que el mundo en línea no es más que una continuación del mundo fuera de ella, con lo que hay que analizar los fenómenos digitales en relación con el contexto social, político, económico y cultural. Este texto analiza cómo el acoso en línea, la economía de la atención y las dinámicas de plataforma contribuyen a reproducir y disciplinar la participación política de las mujeres.

A

llá por la década de los noventa, los primeros anuncios que publicitaban la llegada del Internet comercial evocaban un imaginario en el que la tecnología hacía obsoletas las diferencias de clase, género y raza. El sueño, por desgracia, se truncó pronto.

En marzo de 1993, tuvo lugar la que se supone la primera violación en el ciberespacio. Ocurrió en un entorno de juego de rol *online* llamado LambdaMOO¹, en el que todavía no había gráfi-

cos, sino que la realidad se creaba y se transmitía a base de texto. El incidente llevó a la comunidad a cuestionarse los límites entre la realidad analógica y la virtual, al notar el impacto de lo sucedido en sus propios cuerpos.

Para 2002, la académica Lisa Nakamura proponía el término «cibertipos» para definir el fenómeno por el cual las desigualdades y prejuicios del mundo fuera de línea se reproducían inevitablemente en Internet. En vez de imaginarnos la Red como

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/A_Rape_in_Cyberspace

la frontera al nuevo mundo que los ciberutópicos proponían, Nakamura defendía que estábamos trasladando los viejos valores y estructuras al mundo digital.

En 2006, se publicaron en el foro 4chan las «Reglas de Internet». Esta web, célebre por su laxa moderación, sus belicosas comunidades y sus vínculos con figuras clave en la construcción y financiación del movimiento de extrema derecha internacional como Jeffrey Epstein o Steve Bannon, llegó a ser uno de los espacios más influyentes de la cultura digital. En esas irónicas reglas de Internet, encontrábamos la número 30, que establecía que «no hay chicas en internet». La regla inmediatamente posterior disponía que, de ser mujer, tenías que enseñar las tetas para demostrarlo.

Evidentemente, siempre ha habido chicas en Internet, así como múltiples alteridades que han encontrado en la red un refugio en el que auto-representarse y encontrarse con sus iguales. Pero la regla número 30 suponía una advertencia a aquellas que se atrevieran a presentarse como tales. En los 2000, el paisaje digital ya reproducía sin reparos las discriminaciones que se daban fuera de él, potenciadas bajo una capa de humor pretendidamente ofensivo propio de la época.

Ni por aquel entonces ni ahora podemos pensar que la tecnología existe en un vacío. Los programas y las interfaces que usamos en nuestros ordenadores impregnan y transmiten las estructuras en las que se codifican, implementan y mantienen. Para entender esto, son

relevantes los datos sobre mujeres matriculadas en ingeniería informática, pues revelan una brecha de género muy significativa. En España, por ejemplo, representan solo el 17 % del total de las personas matriculadas en esta titulación². Es sencillamente imposible que los espacios digitales no reflejen este hecho en sus decisiones de diseño. Incluso si se lograra la paridad en el sector, seguiríamos viviendo en un mundo lleno de injusticias, e Internet no es ajeno al mundo, sino parte del mismo.

Pero a pesar de este entorno en ocasiones hostil, la posibilidad de crear y encontrar relatos diferentes a los hegemónicos encontró su lugar. El feminismo se hizo accesible gracias a las redes, y su popularidad fue en aumento paralelamente al incremento del uso de Internet. En 2015, el movimiento #NiUnaMenos, originario de Argentina, marcó el inicio de una época dorada para la reivindicación de la igualdad de género. En 2017, explotó el #MeToo, que destapó la normalización del abuso sexual y plantó el tema en la conversación pública. En 2018, la huelga feminista se coordinó en más de ciento setenta países, poniendo las tareas de reproducción de la vida en el centro del debate político y evidenciando que sin los cuidados no es posible sostener ningún sistema. Ninguno de estos movimientos nació ni creció únicamente gracias a Internet, sino que fueron la eclosión de décadas de trabajo por parte de organizaciones de base. Sin embargo, es cierto que las redes permitieron aumentar su alcance exponencialmente, además de posibilitar nuevas formas de coordinación, incluso transterritorial.

Los avances en materia de representación y derechos sociales siempre encuentran una reacción opuesta. Esta era la tesis que sostenía Susan Faludi en 1990 en su obra *Backlash*³. En ella, analizaba cómo el movimiento feminista que floreció en los años setenta tuvo que lidiar con una oposición multifocal (a nivel de medios, discurso y activismo organizado) durante la década posterior. Nosotras mismas alertábamos, en nuestro primer libro (*Leia, Rihanna & Trump*), de que los cambios culturales que estaban causando la entrada del feminismo al *mainstream* iban, necesariamente, a encontrarse con una resistencia. Esa resistencia, además, ha sido instrumentalizada por la ascendente ultraderecha, aunque cabe señalar que el antifeminismo (junto al cuestionamiento de los derechos de las personas migrantes o LGTBIQ+) se ha convertido en eje transversal del discurso conservador en todo el espectro político.

Se suele situar como línea de partida de esta reacción machista la oleada de ciberacoso en el ámbito de los videojuegos conocida como Gamergate⁴. Esta campaña, dirigida a feministas del mundo *gamer*, sucedió en 2014 y fue impulsada principalmente desde el mencionado foro de 4chan. Dio comienzo a una nueva forma de acoso en línea, consistente en ataques grupales dirigidos a hostigar una figura prominente de un colectivo o ideología. Considerando el discurso de odio como una acción comunicativa que promueve una opinión dañina hacia un grupo históricamente discriminado, debemos entender las agresiones hacia esas personas como un ataque al conjunto de todo un colectivo. El acoso pul-

² Véase: <https://rankingcyd.org/resultados-del-ranking-cyd/2025/mujer-en-stem/>

³ Las primeras ediciones en castellano de *Backlash* fueron traducidas como *Reacción*. El libro permaneció descatalogado durante años hasta que, en 2025, posiblemente en vista del clima político y lo demandado que estaba siendo, fue reeditado. En este caso, se decidió mantener el título original en inglés.

⁴ Véase: <https://es.wikipedia.org/wiki/Gamergate>

«Los programas y las interfaces que usamos en nuestros ordenadores impregnan y transmiten las estructuras en las que se codifican, implementan y mantienen»

blico a Zoe Quinn o Anita Sarkeesian, en el caso del Gamergate, o a otras figuras reconocidas como Irene Montero o Cristina Fallarás, se centra en ellas como individuos, pero en realidad castiga su papel como representantes de todo un movimiento.

Para explicar esta lógica, Nerea Barjola definió la acción y reproducción de la violencia machista como un tipo de violencia disciplinaria. Es decir, el objetivo del ataque no es solo la persona que lo recibe, sino toda aquella que pueda identificarse como parte de su grupo. De tal modo, la violencia en línea es especialmente ejemplarizante, ya que busca que todo el mundo la vea y que se reproduzca a modo de fábula aleccionadora. Barjola defiende que la sobreexposición mediática y el pánico moral nacido alrede-

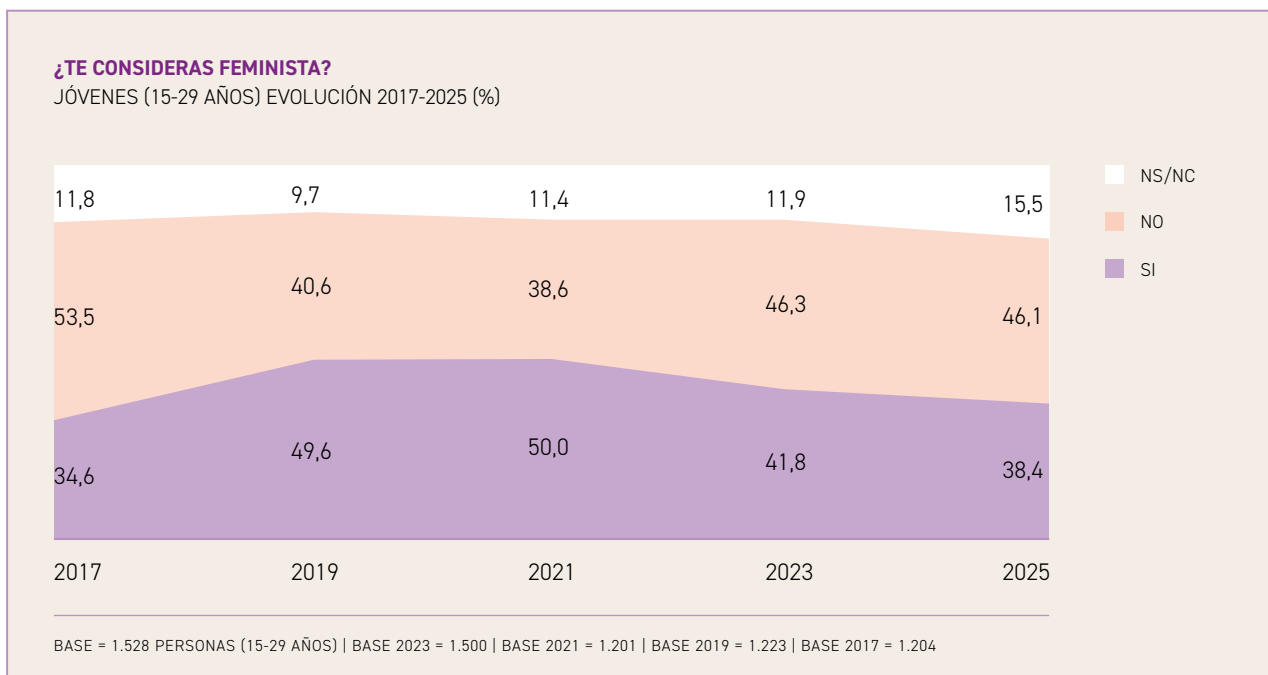
dor de crímenes como el de Alcàsser opera como un amplificador del miedo a sufrir violencia misógina. Nosotras adaptamos esta tesis, bautizada como microfísica sexista del poder, al mundo digital, llamándola ciberfísica sexista del poder. Esta ciberfísica tiene en cuenta la hipervigilancia, la exposición sin precedentes que dan las redes sociales y el hecho de que los ataques puedan recibirse a cualquier hora y en cualquier parte.

A esto, debemos sumarle el hecho de que la violencia en línea entra en el reino de lo cuantificable y *gamificable*. Los ataques antifeministas o misóginos en línea no solo utilizan la figura de la víctima como ejemplarizante («esto es lo que os sucederá si os atrevéis a habitar este espacio»), sino que invitan a la participación de

terceros, aprovechándose de los mecanismos de las plataformas comerciales, tales como los «me gusta» y otro tipo de métricas.

Las corporaciones que monopolizan el tráfico en Internet (agrupadas bajo el nombre de *Big Tech*) basan su crecimiento en la acumulación de datos extraídos de las interacciones de su usuario. Cada clic, cada contenido compartido y cada comentario es información que se almacena, se procesa y se vende a terceros, como materia prima de lo que se conoce como «economía de la atención». El objetivo es maximizar la retención y la participación de la audiencia y casi cualquier estrategia es válida para ello.

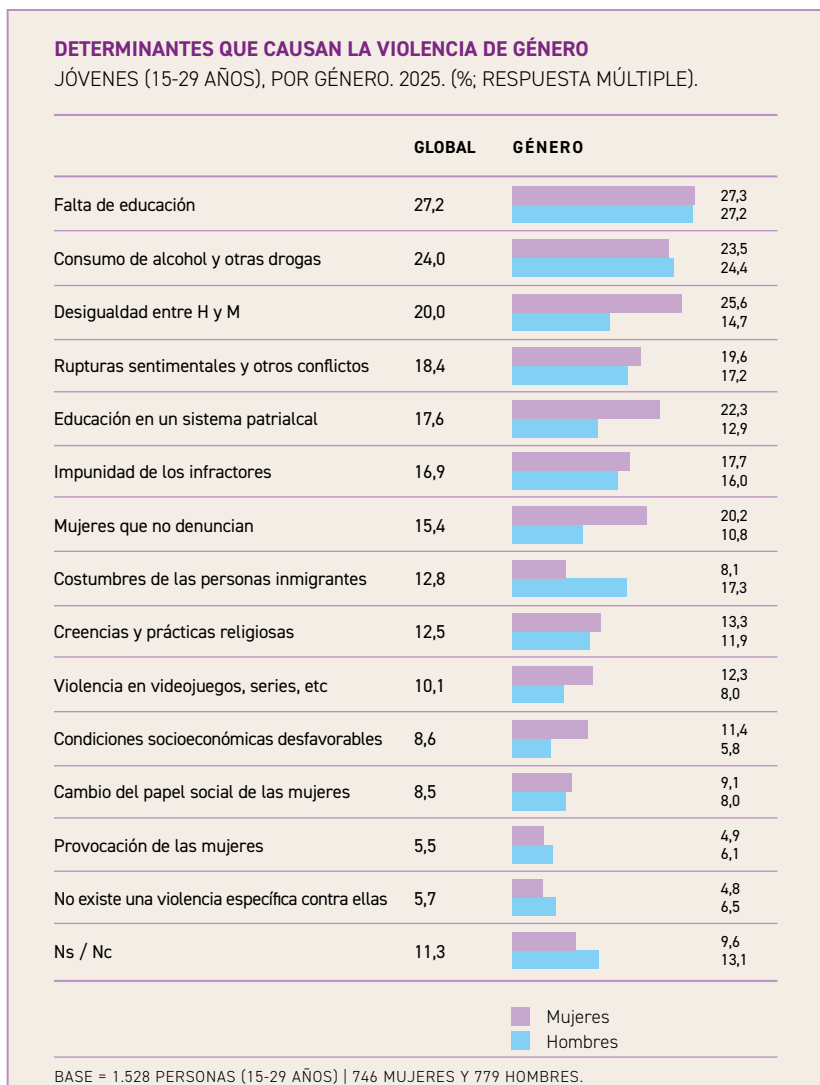
La filtración de documentos por parte de la extrabajadora de Meta,



«Considerando el discurso de odio como una acción comunicativa que promueve una opinión dañina hacia un grupo históricamente discriminado, debemos entender las agresiones hacia esas personas como un ataque al conjunto de todo un colectivo»

Frances Haugen⁵, los estudios que demostraron cómo Facebook promovió contenido islamófobo durante el genocidio rohingya⁶, o el aumento de la visibilidad del contenido de odio en Twitter tras su compra por Elon Musk⁷, son ejemplos que evidencian la enorme responsabilidad de las plataformas de redes comerciales en el crecimiento de la ola reaccionaria que sufrimos.

Según sus propios valores, las empresas del *Big Tech* cuentan con un sistema de moderación de contenido que supuestamente persigue aquello que pueda causar perjuicio a individuos o a la sociedad. Pero se ha confirmado reiteradamente que a la hora de escoger entre la seguridad del usuario o el beneficio privado, las *Big Tech* optan por lo segundo. Así, el contenido divisivo o polémico se ha convertido en una fuente constante de visibilidad y los algoritmos de recomendación de las plataformas lo promocionan constantemente. Estos sistemas están programados para potenciar la interacción y capturar nuestra atención, no para distinguir si el contenido que muestran resulta nocivo o no. Aprovechando esos mecanismos, han florecido una serie de perfiles conocidos como «monetizadores de odio».



Fuente:Fundación FAD Juventud

⁵ Véase: https://es.wikipedia.org/wiki/Filtraci%C3%B3n_de_documentos_de_Facebook_de_2021

⁶ Véase: <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/noticias/noticia/articulo/myanmar-los-sistemas-de-facebook-promovieron-la-violencia-contra-la-poblacion-rohinya-meta-debe-una-reparacion/>

⁷ Véase: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.031329>

La situación exige, pues, acercarnos a ella desde varias ópticas y evitar que se extiendan lecturas simplistas sobre el fenómeno. Es cierto que recientemente se ha producido un estancamiento en la adopción del feminismo, especialmente entre hombres. En los barómetros bianuales sobre juventud y género de la FAD podemos observar esa tendencia. Y, pese a todo, si comparamos 2017 con 2025, la aceptación del feminismo ha crecido ligeramente, a pesar de que quedan atrás sus mejores años.

En ese mismo barómetro se aprecia que la idea de que «la violencia de género es un problema social muy grave» alcanza ahora mismo su máximo histórico, con un 67,7 %. Además, una nada desdeñable cantidad de jóvenes encuentran las causas de esa violencia en la desigualdad (20 %) o en los valores estructurales de un sistema patriarcal (17 %). A falta de estudios que presenten datos anteriores a 2017, solo queda suponer que ciertos valores feministas se han integrado de un modo u otro en la visión pública. Al fin y al cabo, hace no tanto, cuestiones como la violencia de género o los derechos LGTBIQ+ ocupaban mucho menos espacio en la conversación pública o las encuestas.

El tan anunciado ascenso de valores tradicionales o de ultraderecha entre la gente joven no debe leerse sin tener esto en cuenta. No parece apropiado hablar tanto de polarización, como comúnmente se presenta, sino de un enrocamiento de las posturas extremistas contrarias a la visibilidad y a los derechos adquiridos en los últimos años. La cuestión es medir el impacto real de esos postulados minoritarios a la hora de frenar el avance que venía dándose. Al mismo tiempo, es necesario distinguir entre quienes adoptan esa reacción como motor político y quienes simplemente

expresan dudas o malestares asociados a una sociedad cambiante e inestable. La preocupación y el espacio mediático que se le ha dedicado a la facción antifeminista son necesarios, pero pueden acabar nublando o despreciando las transformaciones sociales que se han producido e incluso, siguiendo la advertencia de Barjola, acabar formando parte del relato aleccionador machista.

Por otro lado, es importante entender cómo el debate público ha caído presa de las lógicas extractivistas de la «economía de la atención». La incapacidad de intervenir en las plataformas de *Big Tech* y la dependencia absoluta hacia ellas ha provocado que su arquitectura moldee el tipo de discurso que emitimos y consumimos. Su demostrada indolencia a la hora de moderar el contenido de odio y su férrea alineación con gobiernos como el de Trump son un factor indispensable para explicar el crecimiento de la reacción misógina. Se hace más necesario que nunca construir espacios e infraestructuras digitales que no estén en manos de monopolios.

Por último, la progresiva desaparición de lugares comunes no comerciales, tanto *offline* como *online*, pone de manifiesto la vulnerabilidad de los derechos de todo el mundo ante posibles abusos que puedan cometer quienes tengan la llave de los espacios privativos donde nos vemos en la obligación de existir. Defender los derechos de las mujeres en el espacio digital pasa por defender los derechos digitales en su totalidad. Para ello, no caben soluciones que promuevan ni la censura ni la vigilancia, sino la intervención severa en las plataformas comerciales que han legitimado esta situación y la creación de alternativas públicas y comunitarias que no tengan el beneficio ni el control como finalidad. ■

«Defender los derechos de las mujeres en el espacio digital pasa por defender los derechos digitales en su totalidad»

Bibliografía

Barjola, N. (2018). *Microfísica sexista del poder*. Virus.

Faludi, S. (2025). *Backlash. La reacción ultra contra el avance del feminismo*. Península.

Franco, M. G. (2024). *Las redes son nuestras*. Consonni.

Kaufman, G. A. (2015). *Odiūm dicta: libertad de expresión y protección de grupos discriminados en internet*. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación.

Kuric Kardelis, S., Gómez Miguel, A. y Sanmartín Ortí, A. (2026). *Barómetro Juventud y Género 2025*. Centro Reina Sofía de Fad Juventud. Disponible en: <https://www.centroreinasofia.org/publicacion/barometro-juventud-genero-2025/>

Nagle, A. (2018). *Muerte a los normies*. Orciny Press.

Nakamura, L. (2002). *Cybertypes*. Routledge.

Proyecto UNA. (2019). *Leia, Rihanna & Trump: De cómo el feminismo ha transformado la cultura pop y de cómo el machismo reacciona con terror*. Descontrol.

Pajares, A. (coord.), Arnanz, C., Di Filippo, P., González, A., Herrán, M., Lafarga, A., Martorell, F., Pérez, G. y Proyecto UNA. (2023). *Memeceño*. La Caja Books.

María María Acha Kutscher | © Instituto de las Mujeres





¿Qué es el Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM)?



E

l OIM analiza, vigila y monitoriza la imagen de las mujeres en los medios de comunicación y en la publicidad, con el fin de detectar tratamientos sexistas o discriminatorios hacia las mujeres e incumplimientos de la legislación vigente. Como fin último busca promover la imagen de las mujeres con una representación positiva y no estereotipada.

En el ámbito digital, la misoginia ha adquirido formas renovadas. Se articula a través de insultos, burlas, estereotipos y campañas de desprestigio dirigidas contra mujeres y contra el movimiento feminista. Estas prácticas discursivas no son meras opiniones aisladas, sino expresiones que refuerzan jerarquías de género, cuestionan los avances en derechos y buscan reinstalar formas tradicionales de control sobre el cuerpo y la voz de las mujeres.

En este contexto, el OIM facilita una vigilancia eficaz del machismo y la valoración y monitoreo de su evolución. Realiza un seguimiento sostenido, con el objetivo de realizar informes y estudios especializados sobre la materia, proporcionando un

análisis y estudio continuo de la representación de las mujeres en los medios y la publicidad.

El OIM, por otro lado, recibe, analiza y canaliza informaciones o denuncias ciudadanas de posibles situaciones de discriminación y vulneración de los derechos de las mujeres dentro de los medios de comunicación y la publicidad.

La Ley de creación del Instituto de las Mujeres establece entre sus funciones, velar por el tratamiento no sexista de la imagen de las mujeres en la publicidad, los medios de comunicación e internet entre otras formas de difusión y atender a las quejas concretas en estos campos, a través del Observatorio de la Imagen de las Mujeres.

El Pacto de Estado contra la Violencia de Género, aprobado en 2025, otorga al Observatorio de la Imagen de las Mujeres, en su medida 60, la responsabilidad de intensificar la vigilancia sobre los contenidos difundidos en Internet que vulneren los derechos de las mujeres. Este mandato refuerza el compromiso institucional frente a la violencia simbólica y digital.

RESPUESTA INSTITUCIONAL ANTE LA MISOGINIA DIGITAL

El OIM ha constatado el repunte que ha tenido en los últimos años el discurso patriarcal más agresivo en los entornos digitales, especialmente las RRSS y actúa como un agente activo de transformación cultural, generando análisis y contenidos que contribuyen a modificar las representaciones sociales de las mujeres desde una mirada feminista y crítica, elaborando informes técnicos especializados sobre misoginia digital.

El OIM presta también atención al fenómeno de la manipulación y difusión de imágenes de mujeres y niñas mediante herramientas de inteligencia artificial, trabajando en su análisis y realizando actuaciones específicas.

Estamos ante un problema que va más allá de lo individual, nos encontramos ante un mecanismo de control social que compromete la igualdad efectiva y el OIM aporta el marco de análisis feminista que permite identificar estas prácticas como una forma de violencia contra las mujeres. Nombrar el daño y contextualizarlo constituye una parte fundamental de la respuesta institucional.



Descarga el último informe de misoginia digital disponible en la web del Instituto de las Mujeres: "Una aproximación al uso del término 'Charo' en la cultura del odio".

Descarga el informe en tu móvil

¿QUÉ FACTORES DETERMINAN QUE UN CONTENIDO SEA SEXISTA?

- Frivolizar o justificar comportamientos que impliquen violencia contra las mujeres.
- Publicar imágenes de mujeres y niñas sexualizadas a través de herramientas de IA generativa sin consentimiento.
- Mantener discursos misóginos y de odio hacia las mujeres en contenidos digitales.
- Negación o cuestionamiento de la capacidad de decidir y de la autonomía corporal respecto a derechos sexuales y reproductivos.
- Situar a las mujeres en posiciones de subordinación o inferioridad.
- Utilizar a las mujeres y su cuerpo reducido exclusivamente a un mero objeto sexual pasivo.
- Asignar a las mujeres, la responsabilidad exclusiva de cuidados a terceros y al ámbito doméstico.
- Recurrir a un lenguaje que invisibiliza o excluye a las mujeres.
- Fomentar un modelo de belleza femenino basado en la juventud, delgadez o perfección corporal, de acuerdo a cánones poco reales.
- Exhibir imágenes del cuerpo femenino como recurso para captar la atención.
- Ridiculizar, infravalorar o presentar de forma vejatoria a las mujeres en cualquier actividad profesional.

¿HAS VISTO UN CONTENIDO SEXISTA Y QUIERES PONERLO EN CONOCIMIENTO DEL OBSERVATORIO DE LA IMAGEN DE LAS MUJERES?



Completa el formulario de queja que podrás encontrar en:
www.inmujeres.es



Envíanos un correo electrónico:
observatorioimagen@inmujeres.es



Descárgate la APP "Linea OIM"



Envíanos un mensaje directo a través de las redes sociales:
[@instmujeres](https://www.instagram.com/instmujeres)

OBSERVATORIO DE LA IMAGEN DE LAS MUJERES



ANDROID



IOS

DESCARGA LA APP

Si detectas contenidos de odio, discriminación o vulneración de derechos hacia las mujeres en entornos digitales, escríbenos.

TU PARTICIPACIÓN CONTRIBUYE
A MEJORAR LA RESPUESTA
INSTITUCIONAL



MINISTERIO
DE IGUALDAD

 Instituto de
las Mujeres

 Observatorio
de la Imagen de
las Mujeres



POR_ *Carla Vall i Duran*

Abogada penalista y criminóloga

Los nuevos tiempos han hecho que las nuevas tecnologías e Internet estén a disposición de amplios segmentos de la sociedad, de modo que la democratización de estos usos ha significado un incremento de la presencia y utilización de estos nuevos medios para la comisión de delitos y otras infracciones. Además, la fuerte irrupción de la inteligencia artificial (IA) ha supuesto que no se requieran apenas conocimientos para la comisión de algunas modalidades delictivas. No es solamente que los delitos se den en las plataformas, sino que nuevas formas de delito, así como nuevas modalidades comisivas, se están reproduciendo.

Sobre el machismo
y la misoginia en la era digital

Deepfakes, delitos digitales contra
las mujeres y políticas públicas para
la prevención y reparación





Magnific

La irrupción de las nuevas tecnologías, tanto por su intensidad como por su alcance, ha supuesto un avance enorme en las vidas de la ciudadanía. Internet se constituye como un derecho más y su acceso supone un ejercicio de equidad. Por ello, a pesar de lo que se narrará en el presente trabajo, Internet no puede ser un espacio al que renunciar para las mujeres. Nuestra conectividad es una manifestación de democracia y nuestra seguridad 2.0 debe ser equiparable a nuestra seguridad 1.0 por parte del Estado.

Las narrativas de las vidas de las mujeres se han estado construyendo con menos de 360 caracteres. Sin Internet, no existiría el #MeToo, el #Cuéntalo o el #YoSíTeCreo

La victimización en las redes y a través de medios digitales no es solo una nueva modalidad de violencia, es también un cambio en la forma y en los impactos de victimización. Esto significa que no solamente se aprovechan las plataformas digitales y las nuevas tecnologías, sino que, además, se ha transformado la forma en la que se ejerce la violencia, con la consiguiente modificación en la autoría y la participación en los delitos.

Auge de las violencias machistas a través de las redes sociales

Desde la pandemia, se ha visto un incremento en los delitos cometidos a través de las redes sociales, incluidos aquellos perpetrados contra las mujeres. Entre los tipos delictivos más frecuentes nos encontramos con una extensión de la violencia de gé-

nero en el marco de la pareja (dentro de la LO 1/2004), ya sea en forma de control digital, delitos de revelación de secretos, control económico, injurias y calumnias en redes sociales, así como con manifestaciones de violencia sexual digital, difusión no consentida de imágenes y manifestaciones de violencia psicológica contra las víctimas.

A su vez, en el marco más amplio del Convenio de Estambul, son muchas las manifestaciones de violencias digitales contra las mujeres y las niñas que se dan en redes sociales y a través de nuevas tecnologías; entre ellas, la digitalización de los discursos de odio en línea, la viralización de los ataques y las amenazas – hasta de muerte– hacia mujeres feministas, representantes políticas y periodistas...

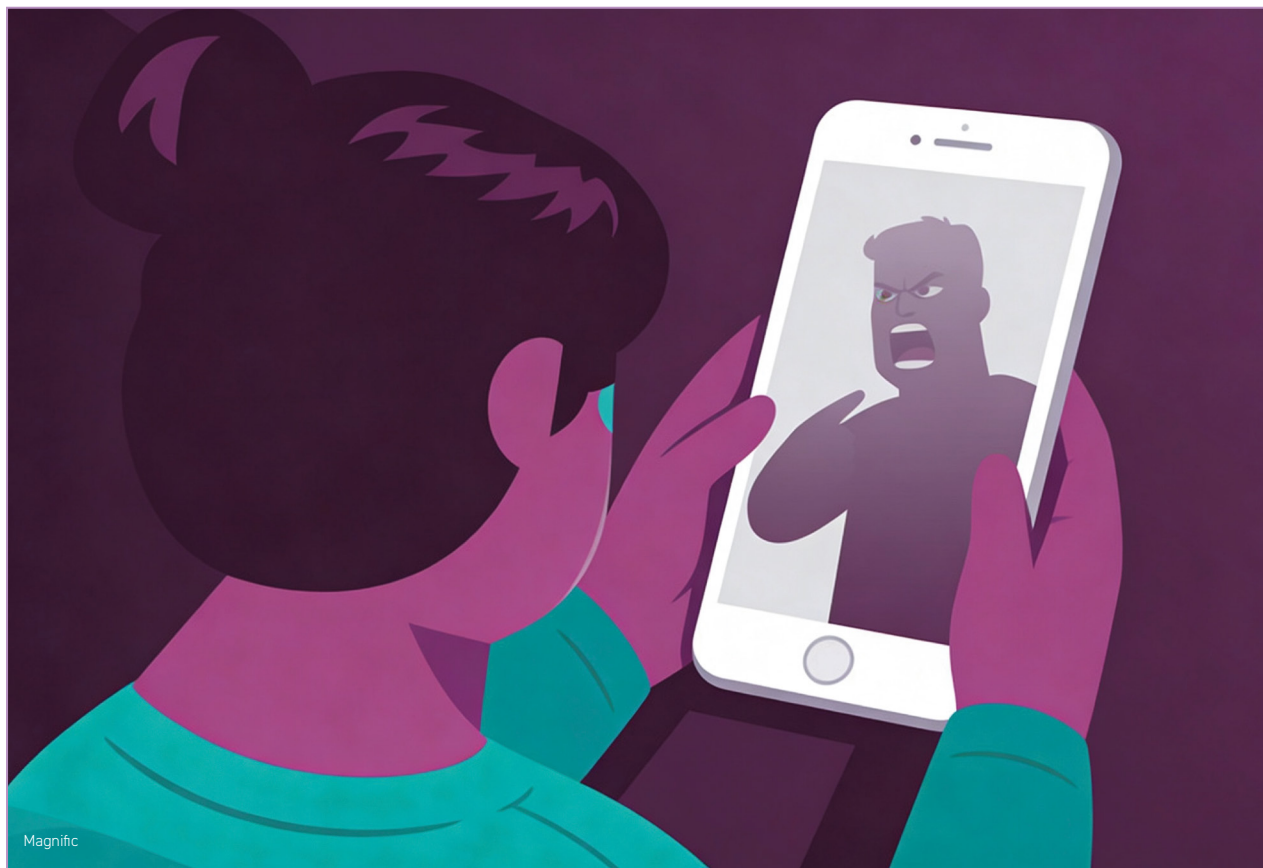
Pero, además, hay una nueva ventana para la comisión de delitos: la de los *deepfakes*. Se trata de un fenómeno de creación de imágenes digitales falseadas, de modo que se pueden generar fotografías o vídeos sobre escenas o situaciones que nunca se han dado y difundirlos públicamente. Si hasta hace pocos años se necesitaban conocimientos de programación adecuados para la elaboración de imágenes que fueran suficientemente creíbles como para no distinguir la realidad de la ficción digital, en la actualidad cualquier usuario puede alcanzar una obra razonablemente creíble con IA.

En los primeros meses de 2026, centenares de miles de usuarios de X (antiguo Twitter) le pidieron a la inteligencia artificial de esta red que generara *deepfakes* para ellos. A partir de ese momento, usuarios verificados y no verificados de todo el mundo le pidieron a la IA Grok que desnudara a mujeres, tanto famosas como anónimas, así como a niñas.





«La oportunidad delictiva se ha multiplicado, pero no lo han hecho al mismo ritmo la prevención ni las herramientas de persecución de estos autores a través de las plataformas o Internet»



La inteligencia artificial operaba sin ninguna oposición ética o legal a lo que se le pedía, de modo que generaba millones de imágenes ilegales o, incluso, directamente delictivas de forma pública. Grok desnudaba a cualquier mujer de quien se le ofreciera una foto e inventaba su cuerpo desnudo para los usuarios que lo solicitaban.

Esta dinámica no es una excepción: en relación con los *deepfakes*, el 96 % de los casos son para generar pornografía (¿o deberíamos llamarlo material de explotación sexual?) sin el consentimiento de la víctima. Además, es una victimización eminentemente sexuada en la que el autor es un hombre y la víctima, una mujer o una niña. Cabe añadir que estos *deepfakes* presentan todavía una circunstancia agravante: la mo-

netización de estas creaciones, el enriquecimiento patrimonial a través del delito. Ya entre 2022 y 2024, la entidad TRM Labs, especializada en la investigación en *blockchain*, concluyó que las transacciones dirigidas al material de explotación sexual infantil habían aumentado un 130 %.

Estamos hablando de un problema social y de seguridad pública de enormes dimensiones que todavía no tiene una regulación adecuada ni suficiente para su prevención, así como para perseguir a los autores de dichos delitos. Además, nos encontramos ante unos tipos delictivos que se caracterizan, en gran parte de los casos, por la falta de localización de los autores, ya sea por su anonimato deliberado o por la falta de colaboración de las plataformas –a menudo con sede en países con legislaciones

más opacas–, que impiden conocer la identidad o datos identificativos de los usuarios y propietarios de los perfiles.

En criminología, tenemos una regla básica que explica la comisión del delito. Es la siguiente:

Autor motivado + Oportunidad delictiva + Víctima potencial = delito

El hecho de que cualquier persona, incluso una carente de complejas herramientas personales, patrimoniales o de otro tipo, pueda acceder a un mundo donde la oportunidad delictiva es exponencial ha hecho crecer los delitos digitales contra las mujeres. La violencia contra las mujeres en Internet y las redes sociales es fácil de reproducir, ya que aún a la opacidad de las pla-

taformas a la hora de facilitar datos que permitan identificar al autor y perseguir el delito, junto con una regulación que impide responsabilizar a las plataformas y que resulta demasiado laxa a la hora de exigir limitaciones en sus usos.

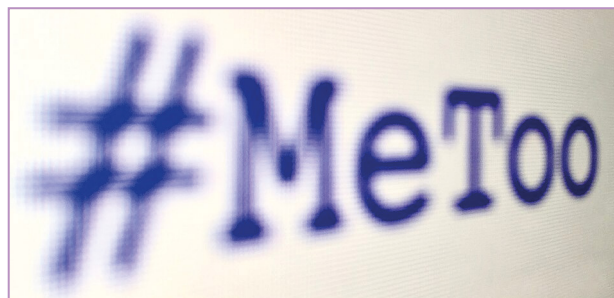
La oportunidad delictiva se ha multiplicado, pero no lo han hecho al mismo ritmo la prevención ni las herramientas de persecución de estos autores a través de las plataformas o Internet. En este sentido, muchas mujeres han decidido abandonar las redes sociales, lo que significa una pérdida de democracia no solo para ellas, sino también para la sociedad entera.

Además, la perspectiva de reparación, teniendo en cuenta los efectos de la huella digital, no alcanza a borrar las fotografías de las múltiples páginas que ejercen el efecto espejo en la difusión y, a veces, nos es imposible localizar todas las fotografías que están en la red, especialmente cuando las víctimas no tienen conocimiento de ellas hasta tiempo después. Por último, muchas de ellas expresan que la sanción social que implica ser víctima en la esfera digital se vuelve contra ellas ante la incomprensión por parte de la sociedad de la magnitud del trauma que puede implicar.

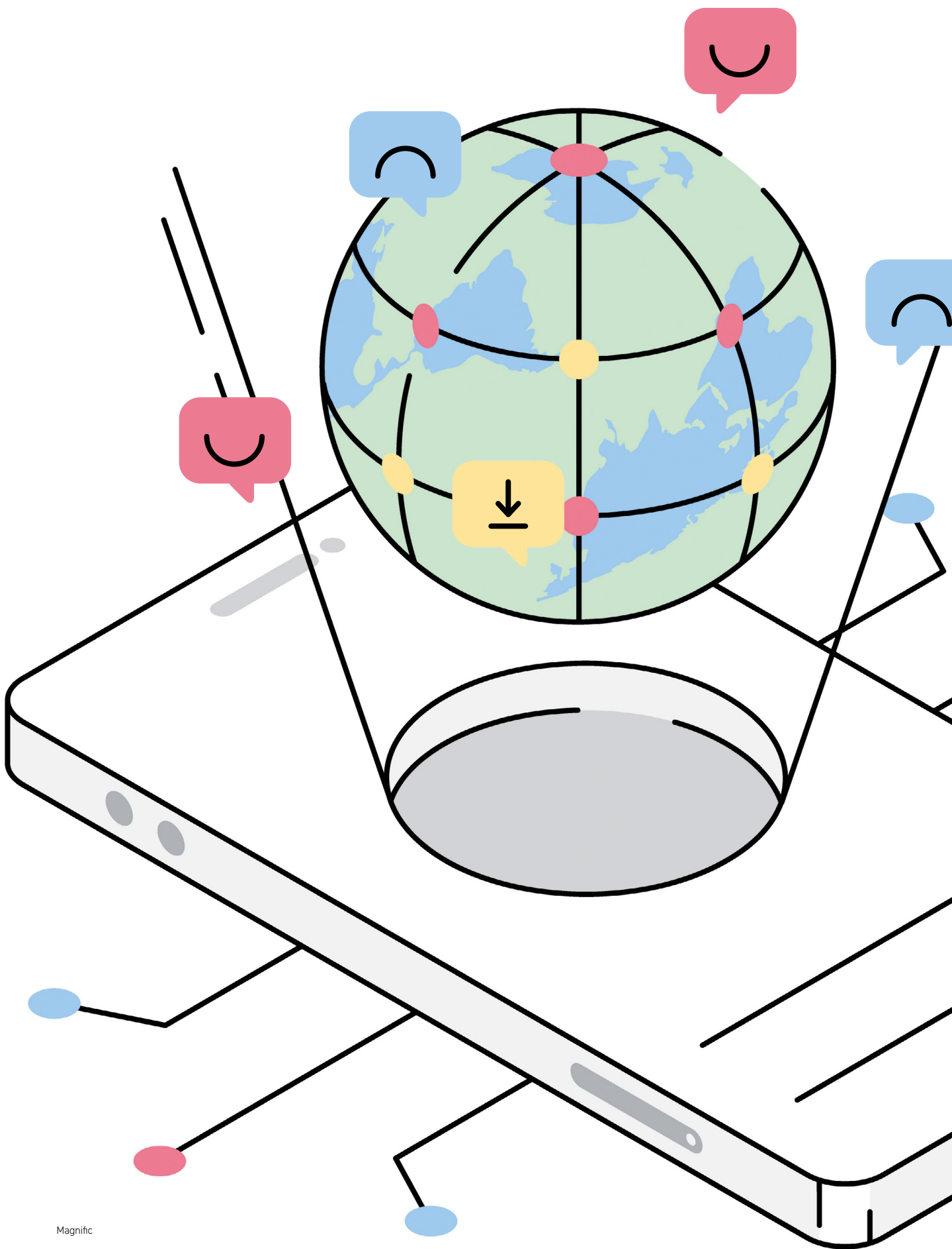
Todo ello es importante, porque el derecho penal tiene una capacidad expresiva (que la sociedad sepa que hay un consenso contra ello, que hay normas que regulan la situación y que conllevará algún tipo de respuesta punitiva). Sabemos que la prevención general del derecho penal a través del miedo a sus sanciones es necesaria, pero insuficiente, y las víctimas de este tipo de delitos deben poder ejercitar las acciones con la posibilidad de que se puedan dirigir contra el autor y que no se genere un espacio de impunidad.

Además, las afectaciones de las víctimas son igualmente reales e incluso más traumáticas por sus dificultades de persecución y respuesta jurídica. En este sentido, la coordinación jurídica debe volverse más intensa y sencilla, de modo que los procesos no estén acompañados por un largo letargo en las respuestas de las opacas plataformas. ■

«Es imprescindible que tengamos en cuenta la necesidad de cooperación con las plataformas, así como con los proveedores de IA, ya que los presuntos autores de estos delitos todavía se nos escapan como agua entre las manos por falta de identificación. A pesar de la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Inteligencia Artificial de la UE y de las directivas y convenios de violencia contra las mujeres, nos falta legislación y, sobre todo, políticas públicas para abordar y tener control sobre estos delitos»



Wolffmann / CC BY-SA 4.0





POR_ *Nuria Alabao*

Periodista y doctora en antropología social y cultural. Investiga sobre extremas derechas y reacción antifeminista. Coordina la sección de feminismos de Ctxt.es



El peaje invisible: quién puede hablar en el espacio público digital

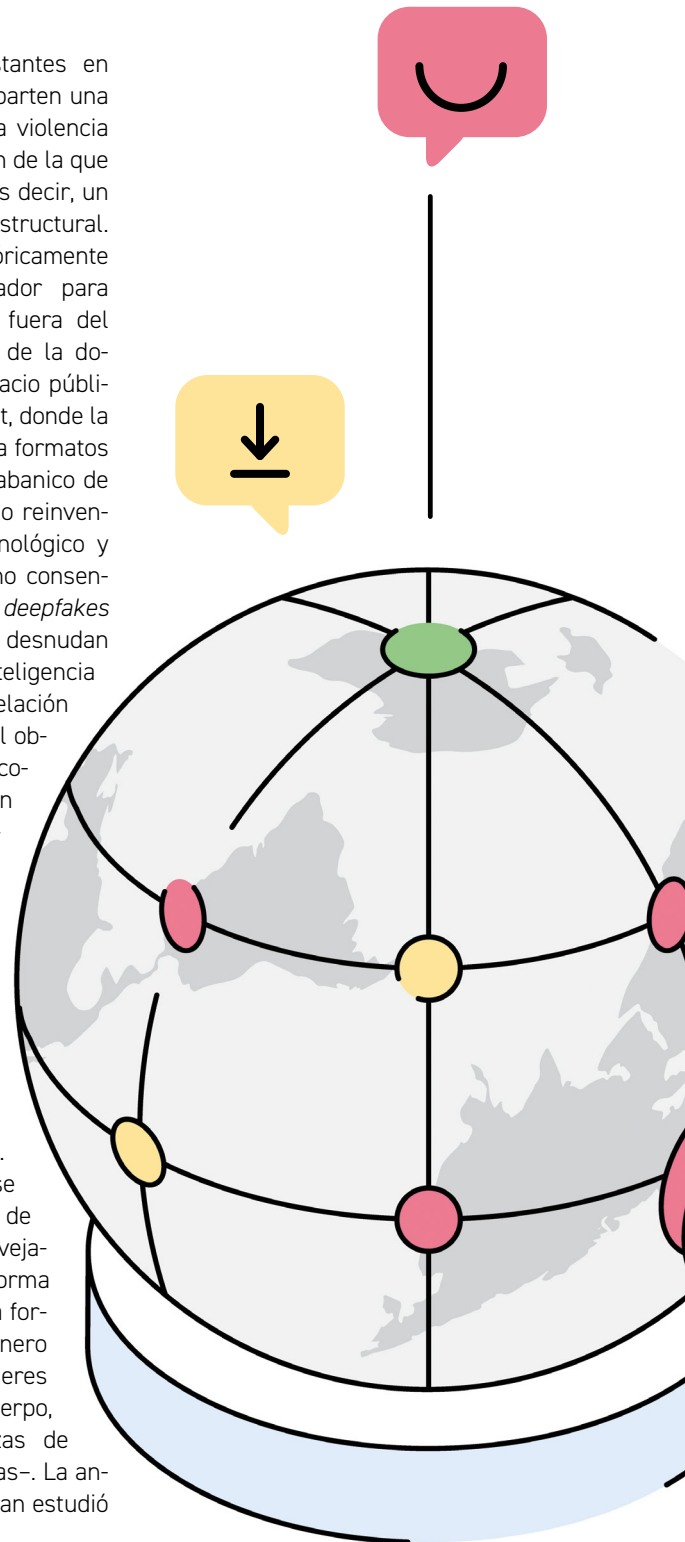
La violencia digital contra las mujeres funciona como mecanismo de expulsión del espacio público. Las plataformas que dominan nuestra comunicación operan bajo un modelo de negocio que convierte la misoginia y el acoso en contenido rentable. El resultado es un efecto silenciador sobre las activistas feministas. Cuando el espacio digital es un lugar fundamental donde se hace política, se debate y se organiza la acción colectiva, decidir quién puede hablar en él sin pagar un precio es una cuestión democrática de primer orden.

E

n agosto de 2014, una campaña coordinada de acoso en foros como 4chan y Reddit evidenció cómo Internet puede ser un lugar inhabitable para las mujeres que se atreven a incursionar en espacios considerados «de hombres». El llamado Gamergate –dirigido contra desarrolladoras de videojuegos, periodistas especializadas y críticas culturales feministas– incluyó amenazas de violación, revelación de datos personales y campañas de difamación tan intensas que varias de las acusadas tuvieron que abandonar sus hogares¹. Este episodio marcó un punto de inflexión en la radicalización de las comunidades masculinas en la Red, ya que el «trolleo por diversión» se transformó en acoso político organizado. Este patrón no quedó restringido al ámbito anglosajón ni a la cultura *gamer*. Dos años después, en España, el caso de la violación grupal de La Manada en Pamplona mostró cómo esa misma lógica –basada en la exposición y el castigo ejemplarizante– podía desplegarse en torno a una víctima concreta en pleno proceso judicial. La joven tuvo que afrontar no solo el procedimiento, sino también la difusión de su nombre completo, su dirección, fotografías personales e incluso fragmentos del vídeo de la agresión. En este caso, por primera vez, la justicia española condenó a la plataforma que alojó el contenido e impuso penas de prisión a varios

de los usuarios que publicaron los datos personales.

Estos dos episodios, distantes en contexto y geografía, comparten una misma lógica en la que la violencia digital es una prolongación de la que se sufre fuera de la red, es decir, un reflejo de la desigualdad estructural. La violencia ha sido históricamente un mecanismo aleccionador para mantener a las mujeres fuera del espacio público –y cerca de la domesticidad–. Hoy, ese espacio público incluye también Internet, donde la violencia de género adopta formatos nuevos. Hablamos de un abanico de prácticas que se adaptan o reinventan con cada avance tecnológico y que incluyen la difusión no consentida de imágenes íntimas, *deepfakes* de carácter sexual –que desnudan o sexualizan mediante inteligencia artificial– o *doxing* –revelación de datos personales con el objetivo de amedrentar o acosar–. También se incluyen ataques como el *brigading*, una acción coordinada –frecuente contra periodistas feministas– que consiste en inundar un espacio digital con comentarios, denuncias o votaciones con el objetivo de distorsionar una conversación en Internet o de acosar a alguien. A veces, esta violencia se expresa como campañas de desprestigio o insultos y vejaciones que se reciben de forma masiva y que adoptan una forma atravesada por el género cuando se dirigen a mujeres –comentarios sobre el cuerpo, la sexualidad o amenazas de agresión sexual, entre otras–. La antropóloga Gabriella Coleman estudió



«Históricamente, la violencia ha sido un mecanismo aleccionador para mantener a las mujeres fuera del espacio público –y cerca de la domesticidad–»

durante años las culturas de Anonymous y el trolleo organizado, y documentó cómo estas prácticas se consolidaron como repertorio de acción política desde las entrañas de 4chan. Ese arsenal, primero asociado a las revueltas del 2011 como *Occupy* o las primaveras árabes, sería adoptado después por la extrema derecha y sus agentes antigénero².

Para explicar las causas de la violencia en línea hay que atender a dos cuestiones. La primera tiene que ver con el clima general de derechización global, que trata de configurar un sentido común reaccionario a través de lo que llamamos la «internacional antigénero». Esta dinámica responde a una articulación transnacional que es capaz de producir marcos comunes –como la «ideología de género» o la «defensa de la familia natural»– y de coordinar campañas que combinan diversos niveles de acción entre los que se cuentan las redes³. Como ya resulta evidente, los intereses de esta «internacional antigénero» se han entrelazado estrechamente con los de algunos magnates de las principales plataformas tecnológicas estadounidenses, hoy alineados de forma abierta con el proyecto fascista de Donald Trump.

Por otra parte, hay que entender el modo en que el diseño de estas infraestructuras influye en lo que los usuarios reci-

ben y cómo contribuye a amplificar las agresiones digitales. Las plataformas operan bajo un modelo de negocio que extrae valor de nuestra atención, y han constatado que determinados afectos negativos –como la indignación o el miedo– generan mayores niveles de interacción y tiempo de permanencia. El odio produce valor. De manera que la circulación de contenidos conflictivos o polarizantes y de la propia violencia es una consecuencia estructural de sistemas optimizados para maximizar el *engagement*.

Para estas mismas empresas, la misoginia es también una fuente de rentabilidad⁴. Como ha señalado Sarah Banet-Weiser, las economías digitales producen y monetizan simultáneamente tanto el feminismo popular como la misoginia popular, que compiten por la visibilidad en el mismo sistema. De este modo, la arquitectura de las plataformas no solo permite la confrontación entre ambos, sino que tiende a intensificarla, generando una escalada que beneficia a los dueños de las plataformas. La violencia se inserta así en una lógica económica que la hace funcional a la producción de valor⁵. Las plataformas estimulan esta polarización y contribuyen así a intensificar la reacción antifeminista.

En esa intersección entre decisiones empresariales conscientes y lógica de

² Coleman, G. (2014).

³ Ver análisis histórico y contemporáneo de su desarrollo y funcionamiento en Alabao, N. (2025b).

⁴ Cancela, E. y Fuentes, A. (2025).

⁵ Banet-Weiser, S. (2018).

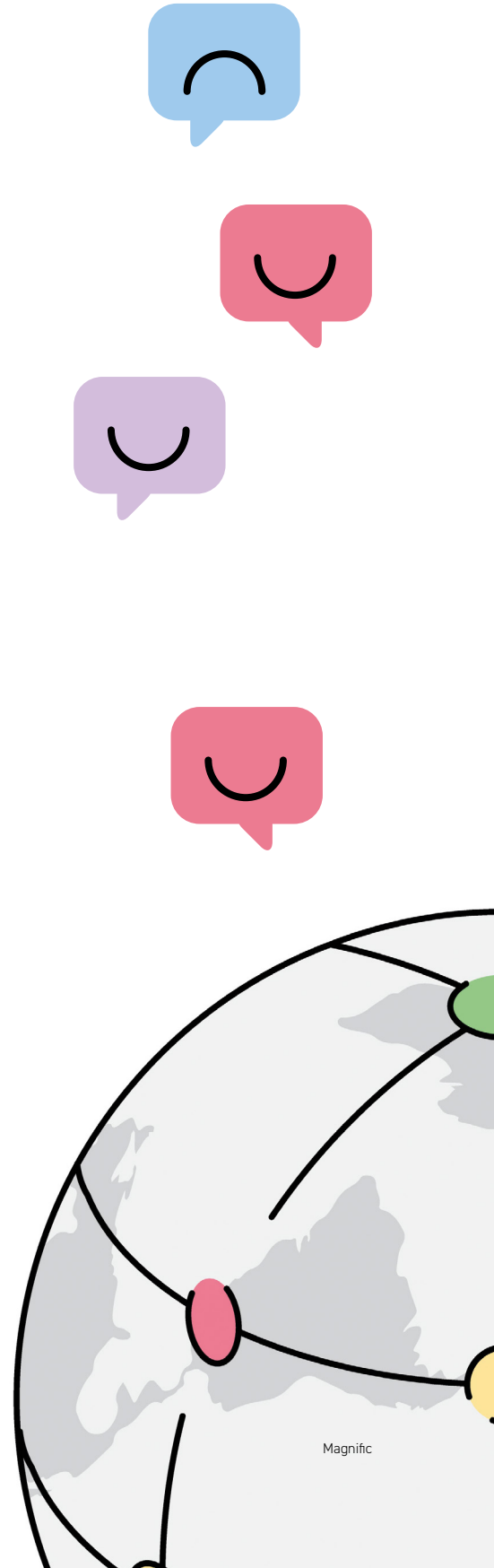
«Los intereses de la «internacional antigénero» se han entrelazado con los de algunos magnates de las principales plataformas tecnológicas estadounidenses, hoy alineados de forma abierta con Donald Trump»

negocio, los algoritmos –el conjunto de reglas automatizadas que determina qué contenidos ve cada usuario en su pantalla y en qué orden– funcionan como agentes activos de derechización. La misoginia es una de sus vías más eficaces. Por ejemplo, una investigación sobre TikTok creó cuentas ficticias que representaban distintos tipos de varones adolescentes vulnerables. Su principal hallazgo es que, en cinco días, los vídeos misóginos o de hipermasculinidad tóxica –una versión más «blanda» del mismo marco ideológico– se incrementaron en todos los perfiles sin necesidad de que los usuarios los buscasen activamente. El algoritmo detectaba debilidades como la soledad o la búsqueda de pertenencia y las canalizaba progresivamente hacia la culpabilización de las mujeres, muchas veces a través de formas culturales blandas: humor, memes, gurús de masculinidad que no se presentan como explícitamente políticos. Como conclusión, las mismas investigadoras apuntan que, a diferencia de la subcultura incel original, que estaba confinada en foros con alcance limitado o incluso servidores privados –hasta mediados de la década de 2010–, esta segunda oleada de antifeminismo se ha popularizado. La consecuencia es que está inundando las culturas juveniles *mainstream* a través de las plataformas más comunes y que el contenido misógino que antes había que buscar activamente, ahora es ofrecido

directamente y de forma masiva por el algoritmo⁶.

Estas transformaciones están produciendo numerosos ataques que no siempre son actos espontáneos. El objetivo explícito de muchos actos de violencia en línea es expulsar a periodistas, activistas y académicas –sobre todo feministas– del debate público⁷. Las consecuencias directas de este modelo las sufren las personas que reciben las amenazas o ven circular sus datos sin permiso, pero van más allá. Esta dinámica produce un efecto silenciador porque algunas mujeres optan por abandonar determinados espacios, por mantener un perfil bajo o por evitar determinados temas que saben que les pueden causar problemas.

Las redes sociales constituyen hoy una parte fundamental de la esfera pública. Son un lugar donde se producen debates, se construye opinión o incluso donde nos organizamos –aunque no deberíamos creernos la ilusión de que pueden sustituir la acción en el mundo físico–. Como hemos tratado de explicar en este artículo, participar en ellas supone jugar con las cartas marcadas por los intereses comerciales y políticos de quienes las poseen. Precisamente por ello, la expulsión de determinadas activistas de estos espacios puede condicionar la fuerza colectiva de movimientos como el feminismo o



⁶ Regehr, K., Shaughnessy C., Zhao, M. y Shaughnessy, N. (2024).
⁷ Donovan, J., Dreyfuss, Friedberg, B. (2022).

incluso de la propia izquierda institucional –en buena parte de los países occidentales, las mujeres parecen apoyar más a estos partidos, sobre todo las jóvenes–⁸.

Ante este panorama, las respuestas necesitan operar en varios planos a la vez. El primero tiene que ver con la necesidad de que las empresas tecnológicas se hagan responsables de los contenidos que difunden: si la propia arquitectura está diseñada para amplificar la violencia, no basta con moderarlos⁹. De hecho, la Ley de Servicios Digitales europea ya obliga a cierta transparencia algorítmica y a evaluaciones de riesgo sistémico, pero su aplicación es lenta y sus sanciones insuficientes para alterar un modelo de negocio sostenido por empresas que acumulan un enorme poder. Por tanto, el feminismo necesita implicarse en las discusiones tecnopolíticas que ya están en marcha, por ejemplo, respecto a las peticiones de que existan auditorías de los algoritmos o que estos se reconfiguren para permitir una mayor capacidad de decisión de los usuarios sobre el contenido que reciben. La disputa por la soberanía tecnológica –por sistemas

abiertos, infraestructuras públicas, redes que no dependan de monopolios privados– también forma parte de las luchas feministas.

En cualquier caso, y aunque algunas sean expulsadas de los espacios digitales, lo más importante es no perder de vista que muchas se quedan, los disputan e incluso crean espacios propios, tejen alianzas o inventan formas de resistencia colectiva. Aquí nuestra tarea como feministas es, una vez más, doble: resistir y acompañar. Resistir porque, como hemos dicho, la pelea por habitar el espacio público es una lucha histórica de las mujeres, y la apuesta por la democracia digital forma parte imprescindible de ese camino. Y acompañar, porque la solidaridad feminista consiste precisamente en que ninguna mujer tenga que elegir entre su seguridad y su voz. Para que eso no suceda, no podemos dejar solas a quienes sufren estas agresiones *online*; tenemos que construir redes de apoyo que sostengan a quienes dudan de si seguir exponiéndose y empujar colectivamente para que la vergüenza de verdad cambie de bando y recaiga sobre quienes ejercen estas múltiples violencias digitales. ■

«La disputa por la soberanía tecnológica –por sistemas abiertos, infraestructuras públicas, redes que no dependan de monopolios privados– también forma parte de las luchas feministas»

⁸ Ya hay muchos estudios que así lo afirman, como el de Milosav, D., Dickson, Z., Hobolt, S., Kluver, H., Kuhn, T. y Rodon, T. (2026).

⁹ Tampoco hay que olvidar que esta moderación de contenidos se está haciendo a costa, no solo de la explotación de miles de trabajadores, sino de su propia salud mental. En España, ya han ganado juicios a Meta por los trastornos sufridos a consecuencia de tener que visionar cotidianamente imágenes de violencia extrema. Ver, por ejemplo, Espinosa, H. (2026).

Bibliografía

Alabao, N. (2025a). *Ínceles, gymbros, criptobros y otras especies antifeministas*. Madrid: Escritos Contextatarios.

Alabao, N. (2025b). *Las guerras de género. La política sexual de las derechas radicales*. Pamplona: Katakral.

Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press.

Cancela, E. y Fuentes, A. (2025). «Capitalismo desenmascarado. La batalla cultural en la era de los tecno-bros». *Zona de Estrategia*. Disponible en: <https://zonaestrategia.net/capitalismo-desenmascarado-la-batalla-cultural-en-la-era-de-los-tecno-bros/?p-df=2995>

Coleman, G. (2015). *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*. Londres: Verso Books.

Donovan, J., Dreyfuss, Friedberg, B. (2022). *Meme Wars: The Untold Story of the Online Battles Upending Democracy in America*. Nueva York: Bloomsbury Publishing.

Espinosa, H. (2026). «Trabajando para la Máquina: Fragmentos de vida y muerte de un moderador de contenido». [«Working for the Machine – Fragments of life and death of a content moderator»]. En: M. Miceli, A. Dinika, K. Kauffman, C. Salim Wagner and L. Sachenbacher (eds.) *Data Workers' Inquiry*. Creative Commons BY 4.0. Disponible en: <https://data-workers.org/horacio>

Milosav, D., Dickson, Z., Hobolt, S., Kluver, H., Kuhn, T. y Rodon, T. (2026). «The youth gender gap in support for the far right». *Journal of European Public Policy*, 33(2), pp. 444-468. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/13501763.2025.2481181>

Regehr, K., Shaughnessy, C., Zhao, M. y Shaughnessy, N. (2024). *Safer Scrolling: How Algorithms Popularise and Gamify Online Hate and Misogyny for Young People*. Londres: UCL / University of Kent / ASCL.

Salter, A. y Blodgett, B. (2017). *Toxic Geek Masculinity in Media: Sexism, Trolling, and Identity Policing*. Cham, Palgrave Macmillan.



La batalla invisible: mujeres y conocimiento en Wikipedia

Wikipedia cumple veinticinco años como la enciclopedia más consultada del mundo, pero su espejo refleja una realidad incompleta: solo entre el 10 % y el 16 % de quienes la escriben son mujeres, y apenas un 24 % de sus biografías corresponden a figuras femeninas. Esta brecha digital tiene consecuencias a la hora de crear, representar y visibilizar el conocimiento relacionado con mujeres.

Carmen de Burgos



Información personal

Nombre de nacimiento	María del Carmen Ramona Loreta de Burgos y Seguí
Nacimiento	10 de diciembre de 1867 Almería (España)

Wikipedia



POR_ ¹ *Dra. María Sefidari Huici* _ ² *Patricia Horrillo Guerra*

¹ Responsable de Estrategia, Investigación y Formación de Wikiesfera*

² Fundadora y *Project Manager* de Wikiesfera

* Wikiesfera es una comunidad feminista y un grupo de usuarias de Wikimedia, nacida en 2015 con el objetivo de reducir la brecha de género en Wikipedia. Constituida como una asociación sin ánimo de lucro, funciona como un espacio de autoaprendizaje y encuentro donde se organizan editatonas y talleres para enseñar a editar la enciclopedia, especialmente dirigido a mujeres y otros colectivos infrarrepresentados. Su labor, basada en la colaboración horizontal y el conocimiento libre, busca construir una representación del conocimiento más diversa, justa y equitativa.

E

n la noche del seis de septiembre de 2025, una persona anónima realizó una edición en el artículo de «Violencia vicaria» de la Wikipedia en español. El cambio era pequeño en términos de contenido, pero no tanto en significado: se modificaba la definición de violencia vicaria, pasando de conceptualizarla como un tipo de violencia que se ejerce contra la mujer utilizando a menores, a un tipo de violencia que ejerce el padre «o una madre» contra un menor. Esta edición estuvo activa durante una hora, hasta que una editora uruguaya la detectó y revirtió a la versión anterior. Una hora puede parecer poco, pero en ese tiempo, cualquier persona que hubiera consultado ese artículo habría encontrado una definición alterada, diseñada para diluir un concepto que nombra una forma específica de violencia machista. Y esa persona podría haber sido una estudiante, una periodista, una jueza, una víctima buscando palabras para lo que le estaba ocurriendo.

Cambios de este tipo, que buscan subvertir definiciones o significados, son habituales en Wikipedia. Son insidiosos porque buscan evadir la vigilancia de quienes revisan los contenidos e influir en lectores con escasa familiaridad con el tema. Aunque Wikipedia cuenta con sistemas sofisticados de detección y reversión de vandalismos, en última instancia recae en la persona que examina la edición el saber si está ante una modificación maliciosa o no. En artículos relacionados con mujeres, esa determinación es especialmente compleja: la página de discusión del artículo de «Violencia de género» acumula el equivalente a unas 117 páginas de debate (234 kilobytes de información), donde uno de los temas recurrentes es si la violencia de género es o no violencia contra las mujeres. Los tres participantes más activos en esa discusión son hombres.

Una enciclopedia desigual ya en sus orígenes

Wikipedia, que en 2026 ha cumplido veinticinco años, es una de las diez páginas web más visitadas del

mundo desde hace más de una década. Es la enciclopedia más consultada con diferencia, y aunque mucha gente desconozca cómo funciona internamente, es prácticamente imposible encontrar a alguien que nunca la haya usado, ya sea para una consulta académica, profesional o cotidiana. Por eso importa tanto lo que contiene, y también lo que no contiene, y quién decide ambas cosas.

El origen de Wikipedia no es irrelevante en este análisis. Ya desde sus inicios, era un proyecto subsidiario de una empresa llamada Bomis, proveedora de contenido pornográfico. Cuando, contra todo pronóstico, Wikipedia creció de forma inesperada, y Bomis quebró con la burbuja puntocom, se creó la Fundación Wikimedia para albergar Wikipedia, gobernada inicialmente por los tres hombres que fundaron Bomis, entre ellos Jimmy Wales. Este punto de partida, similar al de otras plataformas tecnológicas como Facebook o YouTube en lo relativo a su pobre trato y representación de las mujeres, explica en parte por qué la brecha de género ha sido una constante estructural en Wikipedia desde sus inicios, y por qué el interés real en resolverla ha sido históricamente limitado.

**«Solo entre el 10 % y el 16 %
de quienes escriben en
Wikipedia son mujeres.
El 76 % de las biografías
son de hombres»**

Los datos son elocuentes. Distintos estudios estiman que solo entre el 10 % y el 16 % de quienes escriben en Wikipedia son mujeres. La mayoría de los editores son hombres de mediana edad con formación universitaria y acceso a la tecnología. En cuanto al contenido, solo aproximadamente un 24 % de las biografías en la Wikipedia en español corresponden a mujeres, y esa cifra se debe en buena parte a iniciativas feministas impulsadas por las propias editoras para corregir el desequilibrio. En otros idiomas, el porcentaje es aún menor.



Participantes en editatona. | © Las autoras.

Se han ofrecido muchas explicaciones centradas en las mujeres: que la tecnología no les interesa, que editar Wikipedia es demasiado difícil, que no tienen tiempo. Este último argumento tiene una base real, ya que sobre las mujeres recae de forma desproporcionada el peso de los cuidados (menores, personas mayores o dependientes, trabajo doméstico no remunerado) que consume horas que los hombres pueden dedicar a otras actividades. Pero señalarlo sin más desplaza la responsabilidad. Ha tardado en ponerse el foco donde corresponde: en la cultura hostil de la plataforma y en el acoso sistemático que desincentiva la participación femenina.

Tampoco se ha abordado con suficiente seriedad el hecho de que crear artículos sobre mujeres es intrínsecamente más difícil, dado que han sido históricamente invisibilizadas y las fuentes de calidad son más escasas. En lugar de establecer un sistema para tratar esta discriminación histórica y paliarla, se aplican exactamente los mismos criterios de relevancia y borrado que a las biografías de los hombres, por lo que existen porcentajes similares de borrado en biografías de hombres y mujeres pese a la disparidad en el número de biografías. Esto obliga a las editoras a invertir un esfuerzo extra acumulativo para salvar cada artículo.

Cuando el sesgo tiene consecuencias vitales

Las ausencias y distorsiones en Wikipedia no son solo un problema simbólico. El artículo sobre «Infarto agudo de miocardio», principal causa de muerte en mujeres en todo el mundo, describe en detalle los síntomas masculinos para señalar después, en una pequeña subsección, que las mujeres presentan síntomas «atípicos». El problema es que esos síntomas no son atípicos: son los síntomas de las mujeres. Presentarlos como una variante secundaria de los masculinos no es solo un sesgo epistemológico: es un sesgo que puede costar vidas. Y, sin embargo, ese artículo está catalogado como «artículo bueno» en Wikipedia, tras haber superado una revisión de calidad que no utilizó la perspectiva de género como criterio relevante.

«Detrás de cada biografía borrada, la historia de una mujer vuelve a desaparecer, sin coste para quien la elimina»

«Wikipedia no es solo una enciclopedia: es uno de los grandes espejos en los que el mundo se mira para entenderse»

Estas brechas de participación y contenido se complementan con otro fenómeno llamativo: faltan artículos sobre mujeres y feminismo. Por ejemplo, no existe un artículo sobre el mito del patriarcado universal, postulado por la arqueóloga Joan Marler que cuestiona la idea de que el patriarcado haya existido en todas las sociedades humanas a lo largo de la historia. Pero sí existe un artículo sobre el libro *El mito del poder masculino*, obra clave del «Movimiento por los derechos del hombre», cuyo artículo también existe, al igual que existen artículos como «Violencia contra el varón», «Desechabilidad masculina», «Salud del varón», «¿Por qué los varones ganan más?» (spoiler: no por discriminación de género, no...), «Movimientos de hombres», «Movimiento de liberación de los hombres», «Movimiento por los derechos de los padres» o «Antifeminismo». No se trata de que esos artículos no deban existir. Se trata de que el mapa del conocimiento que traza Wikipedia está profundamente desequilibrado, y ese desequilibrio no es neutral.

Qué se puede hacer

Frente a esta situación, hay estrategias que están demostrando ser útiles. La primera es la visibilización: nombrar la brecha de género en Wikipedia como lo que es, un problema estructural de gran calado, y dedicarle recursos, investigación y medición sistemática con perspectiva de género. Sin diagnóstico riguroso no hay intervención posible, y existe una resistencia notable a realizarlo porque los cambios estructurales alteran el statu quo y generan resistencias proporcionales.

Más allá de la visibilización, existen fórmulas de acompañamiento y formación impulsadas por grupos de mujeres para crear artículos y atraer y retener a nuevas editoras. Estas iniciativas, tales como Wikiesfera o Wiki Editoras Lx, permiten identificar de forma

sistematizada las áreas temáticas más infrarrepresentadas, desarrollar métodos para enseñar a editar con perspectiva de género, corregir desinformaciones y estereotipos malintencionados, y preparar a las participantes para navegar las reacciones hostiles que inevitablemente genera una mayor presencia de mujeres en la plataforma. El objetivo a largo plazo es generar una masa crítica suficiente para impulsar un cambio cultural desde dentro, que establezca la brecha de género como una situación existencial, urgente e inaceptable. Y resolverla nos permitirá ofrecer una suma del conocimiento real, fiable y sin ausencias ni manipulaciones y, en consecuencia, proporcionar un servicio activo a la sociedad.



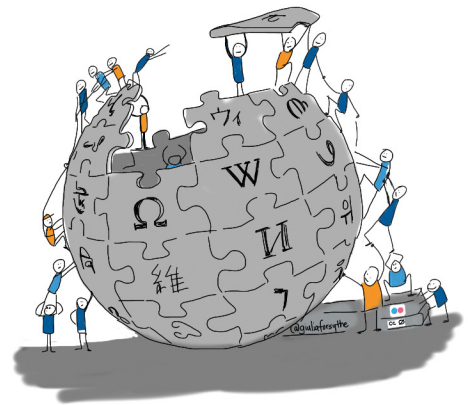
AnonMoos| CC BY-SA 3.0



Magnific

«Crear artículos sobre mujeres es intrínsecamente más difícil: han sido históricamente invisibilizadas y las fuentes de calidad son más escasas»

Es importante entender que detrás de cada reversión a una versión no sesgada de un artículo hay una persona que dedica su tiempo a que el conocimiento sea neutral. Y que, detrás de cada biografía borrada, la historia de una mujer vuelve a desaparecer, sin coste para quien la elimina (que lo vive además como un triunfo) y con un coste muy elevado para quien siente que sus aportaciones en esta lucha contra la brecha de género son despreciadas. Wikipedia no es solo una enciclopedia: es uno de los grandes espejos en los que el mundo se mira para entenderse. Que ese espejo refleje solo una parte de la humanidad no es un problema técnico, es una decisión política. Y como tal, se trata de un espacio que puede y debe pelearse. ■



Giulia Forsythe | CC0 1.0

Bibliografía

Violencia vicaria (2025, 6 de septiembre). *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Fecha de consulta: 6 de septiembre de 2025, 13:08. Disponible en: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Violencia_vicaria&oldid=169364918.

Russell, K. (2013, 28 junio). Wikipedia was started with revenue from Soft-Core Porn. *Business Insider*. Disponible en: <https://web.archive.org/web/20230129203559/https://www.businessinsider.com/wikipedia-bo-bis-2013-6>

Community Insights/2018 Report (2025, 30 de noviembre). *Meta-Wiki*. Disponible en: https://meta.wikimedia.org/w/index.php?title=Community_Insights/2018_Report&oldid=29729960, acceso 16 de marzo de 2026.

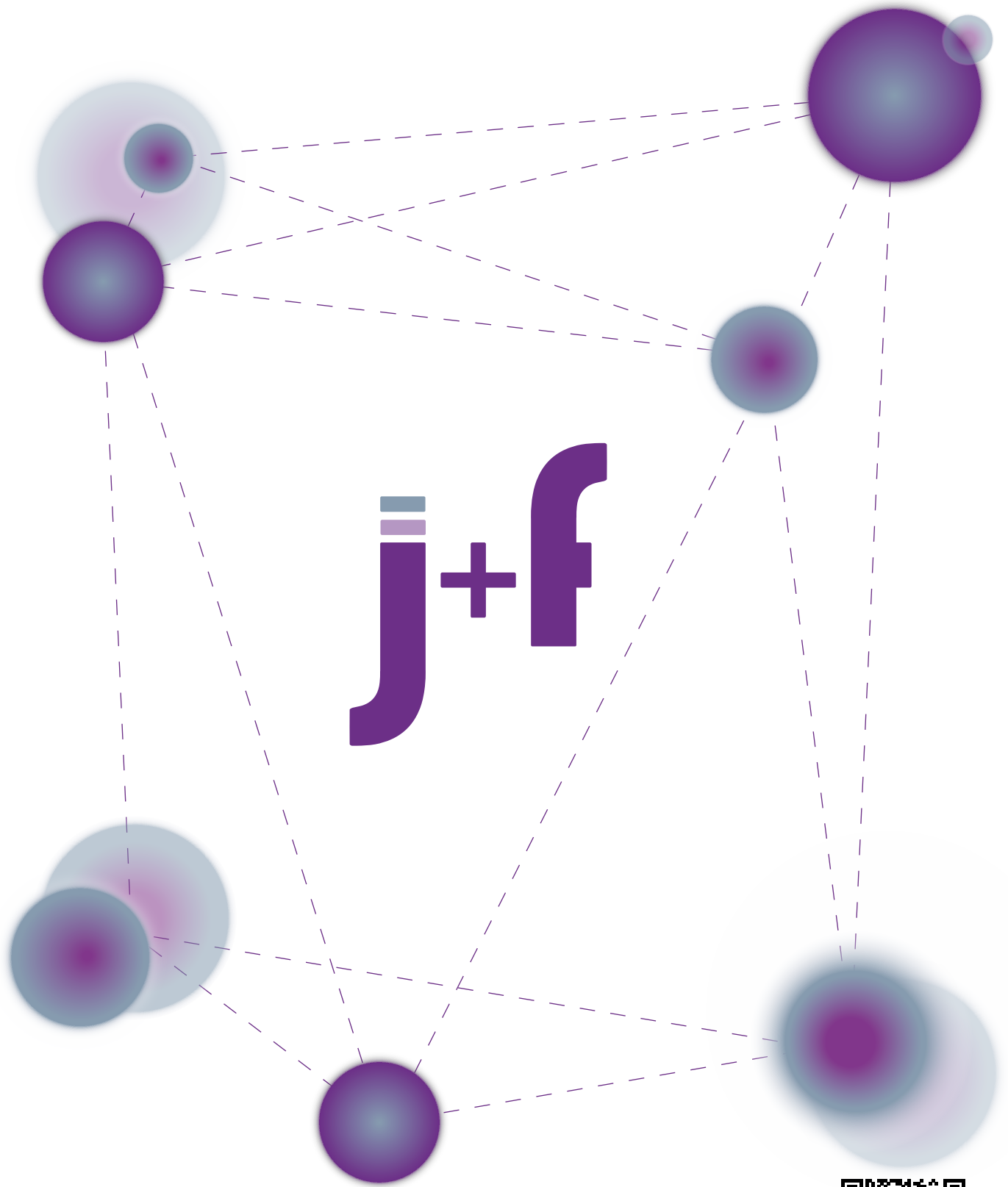
Tripodi, F. (2023). Ms. Categorized: Gender, notability, and inequality on Wikipedia. *New Media & Society*, 25(7), pp. 1687-1707.

Infarto agudo de miocardio (2026, 23 de febrero). *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Fecha de Disponible en: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Infarto_agudo_de_miocardio&oldid=172207846, acceso 23 de febrero de 2026.

Marler, J. (2006). The Myth of Universal Patriarchy: A Critical Response to Cynthia Eller's Myth of Matriarchal Prehistory. *Feminist Theology*, 14(2), pp. 163-187.

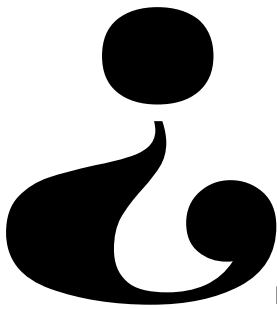
Wikiesfera (2026). *Género*. Disponible en: <https://www.wikiesfera.org/es/genero/>

CICLO DE DIÁLOGOS: JUVENTUD Y FEMINISMO



Espacio de encuentro, debate y reflexión





Estar o no estar en redes sociales? Podría ser esta una pregunta baladí, basada en una decisión personal, una apetencia momentánea; pero hoy sabemos, aplicando perspectiva feminista, que para las mujeres las respuestas a esta cuestión son múltiples, meditaciones, basadas en cálculos que intentan equilibrar justicia, visibilidad y seguridad en un contexto —el capitalismo de plataformas— que nunca ha sido neutro. Nuestra presencia digital moldea la conciencia que tenemos sobre nuestra identidad, sobre nuestros cuerpos y nuestro lugar en el mundo; y se gesta sobre unas infraestructuras tecnológicas orientadas ideológicamente, que, más allá de su consabido impacto energético y climático, responden en gran parte a un ecosistema patriarcal y conservador; pero no estar ni participar en esas plataformas supone renunciar a un espacio que corresponde a las mujeres por derecho, en tanto que —nos guste o no— ese universo ha

Retos y desafíos que encuentran las mujeres en el espacio digital: enfrentar la violencia para hacer comunidad



POR *Berta Gómez Santo Tomás*

Periodista especializada en cultura y feminismos

pasado a formar parte de lo que hoy entendemos como esfera pública. Para muchas, además, se ha convertido en un trabajo, en una forma de amplificar sus discursos y compromisos políticos, además de en una vía de conexión con otras mujeres con las que generar comunidad.

Carla Galeote, uno de los perfiles más virales en Instagram y TikTok con perspectiva feminista, empezó a hacer vídeos sin pensar que, cinco años después, esta sería su profesión. «Ese 8 de marzo de 2021, aburrida y confinada, subí un vídeo sobre la libertad de expresión con tres seguidores y, cinco años después, estoy aquí hablando contigo», explica Galeote, que acumula hoy 350.000 seguidores en TikTok y 158.000 en Instagram. «No hubo una pretensión, una idea o un plan, pero me imagino que detrás de esa casualidad sí estaba la feminista que siempre levantaba la mano en clase o repartía *flyers* en las calles».

Tampoco en ese momento tuvo en cuenta las consecuencias que tendría esta exposición, «la violencia que recibo —igual que la mayoría de compañeras— cruza todo límite de la libertad de expresión y los derechos humanos, estamos hablando de que me amenacen diariamente con violarme o matarme y ya, la última expresión, es desnudarme con IA y que se comparta masivamente. Estamos hablando de una violencia organizada». Si hace unos años el debate público empezaba a poder nombrar las agresiones *online*, ahora sabemos perfectamente cómo se organizan: las acciones, más o menos coordinadas, se realizan desde la llamada *manosfera* con el objetivo explícito de amedrentar a feministas con proyección pública. El relato de Galeote es el de tantas otras, entre ellas muchas mujeres que hoy han cerrado sus perfiles en redes sociales o reducido su actividad porque la violencia se ha vuelto insoportable.

Según el informe *Violencia digital contra las mujeres, diagnóstico y hoja de ruta* que el Ministerio de Igualdad presentó el pasado mes de marzo, el 80 % de las mujeres jóvenes entre 16 y 24 años en España ha sufrido acoso en redes sociales y más del 70 % de las mujeres a escala global ha experimentado alguna forma de violencia en línea. En otro estudio publicado en 2026 por la Universidad de Murcia, que arroja datos similares, las entrevistadas explican que estas agresiones tienen «un impacto en su salud mental en forma de ansiedad, baja autoestima y miedo a que el acoso se materialice en la vida física».

Isabel Serrano Durán, especializada en contenidos sobre memoria democrática y la historia

reciente de nuestro país desde una perspectiva de género, corrobora que su trabajo «evidentemente tiene un coste que no se puede negar. Y para nosotras el coste es mucho mayor que para compañeros hombres que hacen contenido similar. Se nos juzga por nuestro físico, se nos sexualiza, se nos trata de ridiculizar y tenemos que demostrar continuamente nuestra preparación y conocimientos».

Porque más allá de esta violencia explícita y organizada, las mujeres en el espacio digital libran sus propias batallas para no ser ignoradas por el algoritmo y que los usuarios las tomen en serio, reproduciendo los sesgos y las estructuras de opresión que ya les son cotidianas. Dicho de otra forma,



Isabel Serrano.



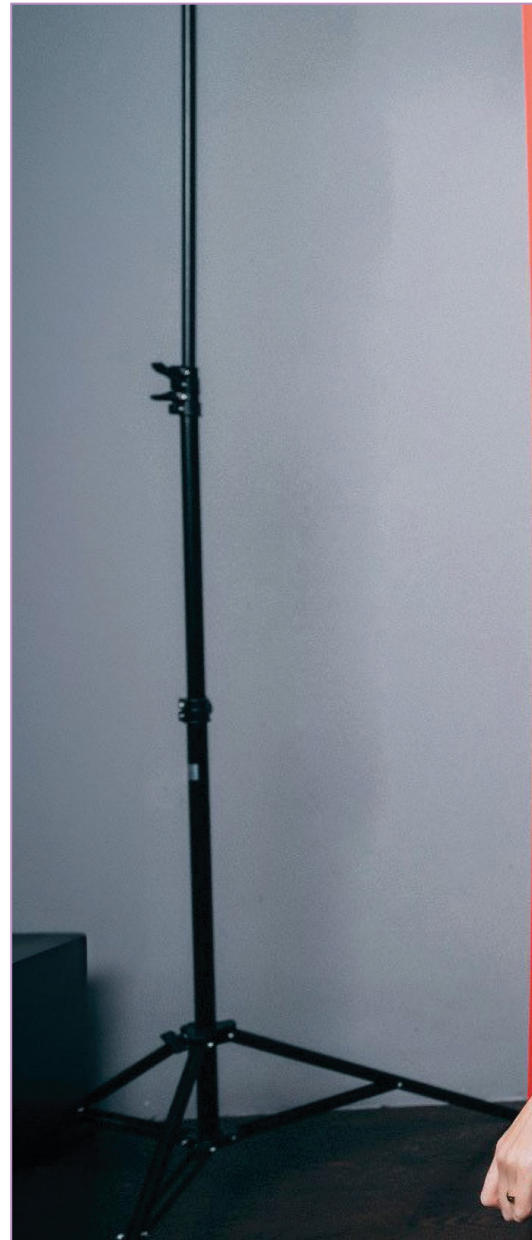
Carla Galeote.



Laura Fa.

luchan contra la misma violencia estructural que se encuentran en otros ámbitos de su vida. «Además de ser mujer, soy andaluza, eso hace que haya quienes me crean menos capacitada para hablar con seriedad de ciertos temas. Siempre se ha asociado a los andaluces a temas banales, a la comedia y siempre que había que hablar de cosas serias nos enseñaron a modificar nuestro acento de forma irracional», continúa Serrano Durán, que, cuando empezó, modulaba las palabras para borrar su identidad, pero hoy muestra con orgullo su «acento araceense, para que otras chicas andaluzas entiendan que nuestro acento no nos quita ni un ápice de seriedad ni credibilidad».

Podría pensarse que justamente la experiencia sirve para escalar posiciones en esta liga *online*, pero perfiles como el de **Laura Fa**, periodista de profesión desde hace 20 años, demuestran que no siempre es así. Junto con Lorena Vázquez, es pionera del pódcast del corazón en España —actualmente ambas conducen el programa *Mamarazzis* de *El Periódico*—. Su trabajo, también a través de su perfil de Instagram, cuestiona el propio género periodístico que practica, aplicando un enfoque de clase y poder en las relaciones sentimentales. «La verdad es que los deportes son igual de superficiales y se les da una trascendencia enorme, porque los que lo hacen y los que



lo consumen son mayoritariamente público masculino», afirma Fa. «Al final, cualquier área que tengamos nosotras donde podamos estar en comunidad, tratan de destruirla, aunque sea con algo como el entretenimiento y la prensa del corazón, es de primero de manipulación: nos quieren aisladas».

Para hacer contrapeso a estas inercias, con el objetivo de ganar notoriedad y estar presente en el



Inés García y Paula Ducay.

discurso amplificado, las redes sociales exigen a las creadoras una constancia y adaptación continua. «Se necesita mucho tiempo y no siempre disponemos de él cuando es necesario», apunta Serrano Durán, que pelea cada día para que el algoritmo muestre sus contenidos, «lo que vemos en nuestros móviles es de usar y tirar... y yo no quiero hacer eso. A mí me gusta pensar, organizar mis ideas, elegir bien los temas y sé que eso puede

perjudicar el alcance». Esta misma problemática alcanza a **Inés García y Paula Ducay**, creadoras del pódcast *Punzadas Sonoras* en el que se adentran en la discusión filosófica y de crítica cultural. «Para nosotras lo peor es adaptarnos al propio formato que implican las redes, es lo que nos hace sentir más incómodas y expuestas». Aunque utilizan Instagram como un mero «tablón de anuncios» que redirija a su público al programa y las

otras actividades que organizan de manera presencial, eso no las exime de tener que explotar su perfil para conseguir la apreciada atención con la que comercian —e incluso amenazan— las plataformas. «Cuando vemos que un episodio de *Punzadas* de una hora y pico, al que hemos dedicado dos semanas de estudio, de comentar y de pensar, se resume en un *reel* de un minuto, nos vemos y nos sentimos bastante tontas».

¿Solo queda entonces adaptarse o morir? **Alba Lafarga**, *youtuber* desde hace más de seis años, advierte que lo imprescindible es hacernos preguntas sobre el espacio digital que habitamos, en un cuestionamiento que vaya más allá de los algoritmos, se pregunte por las infraestructuras tecnológicas y busque constantemente alternativas y marcos de regulación. «Siempre he sido una gran defensora de Internet, pero lo cierto es que, en los últimos cinco años, hemos asistido a una inversión del uso de las redes comerciales. Si bien siempre se anunciaron como espacios para compartir con todo el mundo, como ya dijeron los colectivos de *hacklabs*, las redes sociales

comerciales son un gran centro comercial», advierte la videensayista, que precisamente basa hoy su contenido en la crítica a las violencias *online*, el tecnofeudalismo y la mercantilización de nuestros datos.

Esta indagación en la caja oscura de Internet, y ese más allá de la pantalla, nos devuelve a la certidumbre inicial: el espacio digital es irrenunciable para las mujeres y, como destacan las entrevistadas, solo profundizando en la dimensión democrática de estas infraestructuras digitales será posible convertirlo en un espacio igualitario. «Es nuestro medio para hablar con la gente que nos escucha de forma inmediata y cer-

cana», afirman desde *Punzadas*, que además ponen de manifiesto que la posibilidad de crear comunidad aún prevalece en su caso: «Nos recomiendan películas, libros o sitios, difícilmente se daría esta conversación si no tuviéramos redes sociales».

Un perfil paradigmático es el de **Mónica Peralta**, médica y divulgadora de contenidos sobre salud, imagen corporal y estigma del peso, que recoge la idea de comunidad llevándola a otro nivel, «hoy, una gran parte de la educación en salud ocurre en Internet, donde las personas están expuestas a una enorme cantidad de información, muchas veces sin respaldo. Si quienes tenemos



Alba Lafarga.



Mónica Peralta.

formación no ocupamos también ese espacio, dejaremos el terreno libre a la desinformación». A pesar de haber recibido hordas de comentarios, no tanto contra su contenido, sino especialmente contra su físico, no piensa abandonar: «Cuando además se abordan temas como cuerpo, feminismo, trastornos alimentarios o estigma de peso, esa exposición se vuelve todavía más tensa». Esa vorágine, en lugar de amedrentarla, reafirma su compromiso: «La divulgación no reemplaza la consulta, pero sí que puede ser una puerta de entrada a espacios más amplios de incidencia para buscar apoyo».

Ya no se trata tanto de poner en una balanza pros y contras, sino de pensar en términos de justicia política. «No nos podemos permitir renunciar a espacios o abandonarlos cuando lo que nos viene es, seguramente, la ola más reaccionaria y violenta que jamás se ha vivido porque juegan con un arma que ja-

más habíamos presenciado: la impunidad del anonimato y la pantalla», expresa Carla Galeote, con un mensaje que alerta sobre la gravedad de la reacción patriarcal bajo el capitalismo de plataformas, pero que también encierra una apuesta firme por la resistencia: «No podemos retroceder en un momento en el que parece ser que los derechos de las mujeres están más en disputa que nunca».

«A pesar de ese coste negativo, que es mucho más llamativo y hace más ruido, no es ni un 3 % de todo el refuerzo positivo que se recibe», expone en la misma línea Isabel Serrano Durán, que además hace un llamamiento a otras compañeras que se estén cuestionando su posición: «No quiero que la gente que se acerque a la creación de contenidos en redes lo haga solo desde el miedo, también desde la certeza de que es posible llegar a la gente y aportar tu granito de arena para cambiar un poco el mundo que te rodea».

Para terminar, Alba Lafarga pone de nuevo el acento en que la pregunta dicotómica, el dentro o fuera de Internet, quedarse o irse, no tiene tanto sentido. Podemos mudarnos. Hay otros Internets posibles. Frente a la estrecha mirilla que ofrecen las plataformas citadas a lo largo del texto, ella nos abre la puerta del «Fediverso, una serie de redes sociales federadas que no están en manos de una empresa privada ni te obligan a abrirte una cuenta, dar tus datos para poder leer y ver lo que hay. Ahí es donde entra Mastodon, una alternativa a Twitter. Pero hay de todo: PeerTube, como alternativa a YouTube, Pixelfed, como alternativa a Instagram o BookWorm, como alternativa a Goodreads (propiedad de Amazon)»; y apostilla: «En ningún caso creo que tengamos que cerrar Internet, sino seguir abogando por espacios digitales libres de espionaje y recolección de datos para anunciantes». ■

Alianzas frente a las violencias digitales

En cada etapa histórica de transformación social y económica se configuran mecanismos sociales que tienden a perpetuar la subalternidad social de las mujeres y restringir su acceso al espacio público. Eugenia Siapera realizó una acertada comparativa entre la quema de brujas durante la transición del feudalismo al capitalismo y las actuales violencias digitales en el paso del capitalismo al tecnocapitalismo.



POR *Laia Serra Perelló*

Abogada especializada en violencias digitales

Las violencias digitales tienen el mismo origen y la misma función social que cualquier violencia de género, pero usan vehículos tecnológicos o se dan en el espacio virtual. Esa continuidad se ha venido reivindicando desde el ciberfeminismo para que la política pública no incurra en el error de realizar abordajes diferenciados de un mismo fenómeno social.

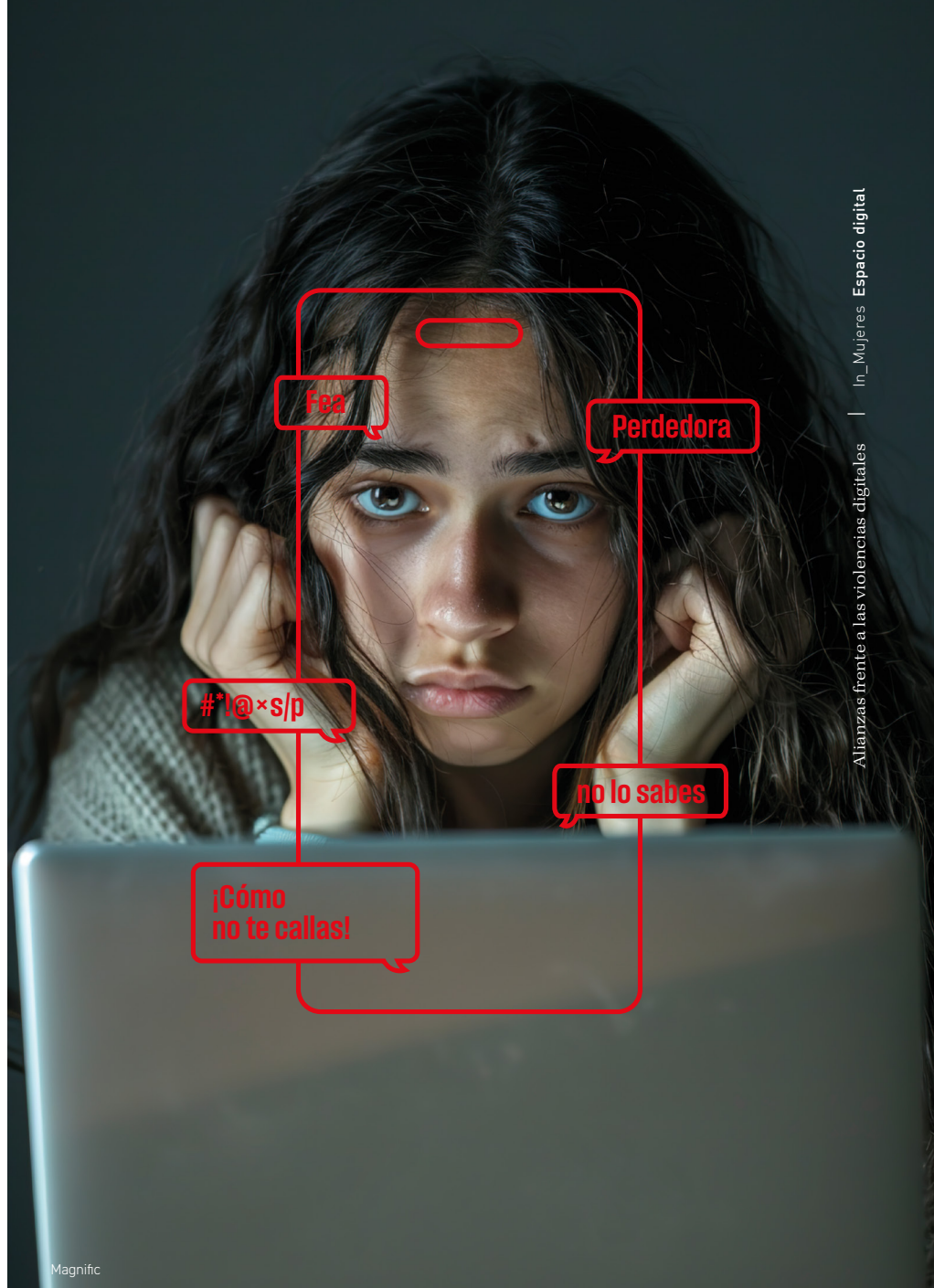
Es habitual que se conciban esas violencias desde una visión muy reduccionista, como un mero problema de daño reputacional, cuando el abanico de violencias es mucho más amplio.

Empezando por la enorme gama de violencias sexuales digitales (ya sea a menores o a personas adultas), la divulgación de contenidos que inducen al suicidio, a la autólisis o los trastornos de la conducta alimentaria, el daño a equipos informáticos, la geolocalización o la monitorización, el quebranto de las prohibiciones de comunicación de las órdenes de protección, el ataque a los canales de expresión individuales y colectivos de las mujeres, la divulgación de información privada que exponga a riesgo a la mujer, los discursos de odio misóginos y sexistas, las amenazas, el ciberacoso, incluido el que se produce en la escuela o en el lugar de trabajo, las campañas de desprestigio, la suplantación de identidad digital o la violencia económica, que tiene un alto componente digital.

Identificar estas violencias no es siempre fácil, dado que muchas de

ellas están normalizadas socialmente, como el hecho de que la pareja acceda al móvil, la divulgación in-consentida de imágenes íntimas o la creación de *deepfakes* sexuales. La enorme variedad de formas de violencia, su complejidad y la velocidad a la que surgen nuevas modalidades dificulta mucho que los profesionales de la salud, la psicología, la abogacía y la justicia, de los ámbitos público y privado, puedan prestar un apoyo adecuado y útil a las mujeres.

Otra dificultad añadida, que incrementa de forma determinante el impacto del daño que provocan estas violencias, es la enorme incomprensión que las rodea. El entorno de las agraviadas no suele comprender la gravedad de la situación ni sabe cómo intervenir para prestar apoyo ante situaciones complejas que se desarrollan de forma vertiginosa y que, con toda probabilidad, dejarán una huella indeleble en Internet. La respuesta del entorno, y a veces incluso el mensaje institucional, tiende a la banalización de estas violencias y a la culpabilización de las víctimas, a quienes se atribuye la responsabilidad de haberse puesto en peligro por sus prácticas tecnológicas, ya sea por navegar donde no toca, por no haber cuidado su privacidad o por haber interactuado con quien no debía. Este prisma ha sido denunciado desde el ciberfeminismo, que ha alertado de que la política pública sobre ciberviolencias no puede reproducir los errores que se dieron en la violencia sexual. Esto es, responsabilizar a las mujeres en lugar de a los responsables y acabar por reforzar su inhibición de acceso al espacio público. Internet es un lugar en el que ocurren violencias, pero es un espacio público del que no podemos dejar que nos expulsen, porque estaríamos perdiendo muchas oportunidades y porque estaríamos dejando de contribuir a la sociedad



con nuestras voces, experiencias y aportaciones.

El espacio digital es importante para todas, pero tiene unas implicaciones particulares para las adolescentes que están en plena etapa de conformación de su identidad. Una parte esencial de esa identidad es digital y se conforma a través de dinámicas relacionales, con prácticas, códigos y espacios propios. El espacio virtual refleja e intensifica la cultura social y tiende a la polarización, la conducta imitativa y la necesidad de aceptación y pertenencia. Esta dinámica ejerce un poder coercitivo mayúsculo sobre las personas jóvenes que, para ser aceptadas por el grupo, se ven en la dolorosa tesitura de tener que optar entre el sometimiento a

estos mandatos, en particular los de género, o reivindicar una identidad propia que, si no encaja en la norma, provocará una cruel exclusión social. La tecnología no es neutra, y los contenidos y los perfiles que prioriza el algoritmo están teniendo una enorme influencia en el modelado de los marcos mentales de la juventud, en cuestiones como la igualdad, el género, las corporalidades, la diversidad sexual, el racismo, el feminismo o las tendencias de voto.

Generaciones cada vez más jóvenes están teniendo acceso a dispositivos tecnológicos con un enorme potencial de acceso a contenidos y de interacción personal, cuando no tienen aún madurez crítica para desenvolverse en ellos. Y al mismo tiempo, los

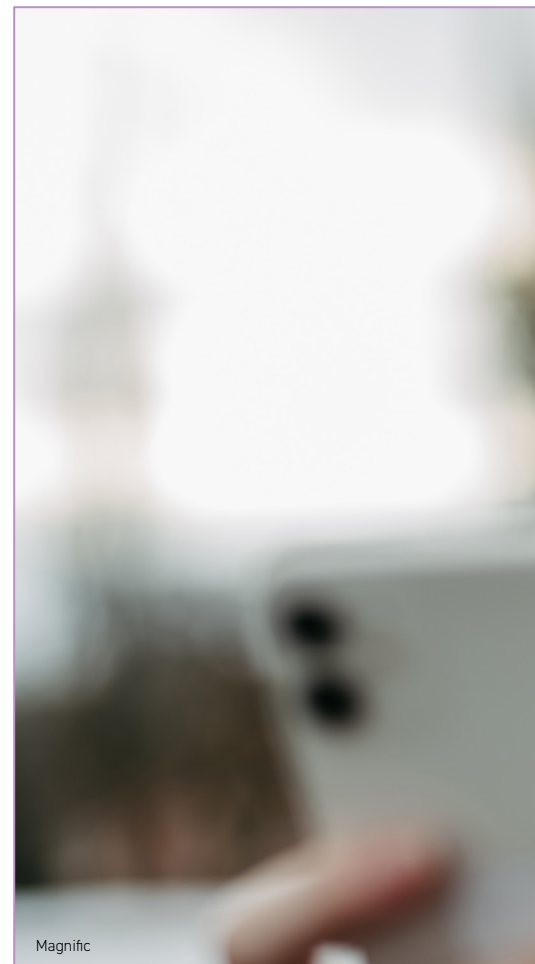
adultos de su entorno no les sirven de referencia ni de apoyo, porque no comprenden «su mundo», y a menudo tampoco son modelo de una relación saludable con la tecnología. La infradenuncia de las violencias digitales a las que se enfrentan las jóvenes nos tiene que interpelar a replantear las herramientas que les estamos ofreciendo. Prefieren vivir la violencia en silencio a enfrentar las consecuencias de la denuncia, que suele implicar la reprimenda de los progenitores, el juicio social por sus prácticas tecnológicas y el pánico a la exclusión social que les puede acarrear denunciar al responsable, si es una persona de su entorno. Todo ello es probablemente más duro de afrontar que la violencia digital en sí.

La falta de comprensión social del impacto de las violencias digitales también afecta a las mujeres adultas que las enfrentan. La infradenuncia también es muy elevada en ellas, que además del temor a no ser creídas y al juicio sobre sus prácticas tecnológicas, se sienten completamente bloqueadas porque a veces no saben explicar ni cómo ha ocurrido ni quién puede ser el responsable. Las mujeres, incluso las que tienen herramientas para confrontar otras violencias, físicas, sexuales, laborales, represivas, se sienten vulnerables y sin recursos personales frente a esas violencias. No solo se trata del efecto de la brecha digital de género, sino que, socialmente, aún no hemos creado mecanismos de solidaridad para saber cómo apoyar a las mujeres que se enfrentan a este tipo de violencias. Activar estrategias de respuesta individuales y colectivas frente a violencias que no se comprenden genera bloqueo, desesperanza y dolor. El común denominador de esas experiencias de violencia es el bloqueo, la impotencia, la sensación de pérdida de control de la propia vida y la desesperanza. La realidad es que

no se sabe qué hacer y no se sabe a quién pedir ayuda.

Los impactos que generan esas violencias son infravalorados y deberían ser reconocidos en todas sus facetas y en su efecto a corto, medio y largo plazo, no solo en la identidad digital, sino en el proyecto de vida de la mujer. Los efectos son múltiples, desde la pérdida de salud física y emocional, los cambios de hábitos, la inhibición social debido a la percepción difusa de inseguridad, la pérdida de calidad de vida, la ruptura de vínculos personales, las pérdidas económicas, el truncamiento de carreras profesionales, la estigmatización social, la exclusión de la comunidad, etc. Esas repercusiones no solo tienen una dimensión individual o victimológica, sino también colectiva, porque la suma de acciones disciplinantes contra mujeres concretas acaba por modelar nuestra posibilidad de habitar Internet y fuera de él, de desarrollarnos con libertad como colectivo social. Ello tiene incluso una dimensión democrática, dado que nuestras ideas, identidades, contribuciones y propuestas se ven ferozmente atacadas cuando alcanzamos proyección pública o presencia en lugares decisorios, incluidos los cargos representativos y electos.

La cultura patriarcal es la que origina y explica el enorme impacto que logran tener esas violencias digitales. Esa cultura patriarcal sigue operando con estereotipos de género decimonónicos y considera justificado disciplinar a las mujeres que desafían los roles de género. Ello explica por qué, cuando se violenta a una mujer en las redes sociales, se genera toda una ola de camaradería que secunda y amplifica esa violencia. Esa acción adhesiva genera en los atacantes fraternidad e incluso una identidad colectiva basada en esa función social disciplinante,



de la que se sienten custodios. Esa cultura patriarcal es la que explica por qué la divulgación incontestada de un vídeo, todavía hoy, en el siglo XXI, puede llegar a arruinar la vida de una mujer. Dentro de la cultura patriarcal, también hay quien quiere abanderarla y milita en ella, como la manosfera, un ecosistema de agentes que, por motivación ideológica y económica, genera violencia y odio de forma planificada y profesional. Todavía nos queda en la memoria el hiriente ejemplo de cómo la manosfera se conjuró para divulgar las imágenes de la violación grupal del caso de «La Manada» y exponer la identidad de la víctima para vejlarla y represaliarla por haber denunciado. Otro ejemplo desgarrador es el que



expuso la socióloga Carmen Sánchez Repullo en unas jornadas sobre violencias digitales, en las que, en el marco de un entorno docente, se divulgó un vídeo ficticio hecho mediante inteligencia artificial (deepfake sexual) de una joven. Ella tuvo que enfrentar cómo manejar esa situación en términos sociales y optó por decir que el vídeo era real y que se había divulgado con su permiso, porque le iba a traer menos problemas quedar como una «puta» que como una «víctima», una identidad social que ninguna mujer quiere asumir porque no es leída con respeto, sino con estigma. Ejemplos como estos nos interpelan a la reflexión y nos indican que el problema no es tanto el vehículo o el ámbito en el que se co-

meten estas violencias, sino la cultura social que las alimenta y justifica.

En la actualidad, las administraciones están intentando activar mecanismos como la capacitación en competencias digitales en la formación escolar, el impulso de la aprobación de leyes, el fomento de la incorporación de las mujeres en las carreras tecnológicas y en los lugares decisorios de política pública sobre tecnología, o la promoción de la Agencia Española de Protección de Datos. Sobre la posibilidad de avanzar en materia de prevención y de atención a las violencias digitales podemos citar el ejemplo de Cataluña. En esa comunidad autónoma, en 2018, algunas profesionales activistas nos aliamos para colocar en

la agenda institucional las violencias digitales, proceso de incidencia que culminó con la aprobación por mayoría absoluta de la reforma de la Ley catalana de violencia machista para incluir en ella las violencias digitales.

La inclusión de las violencias digitales en la Ley catalana de violencia machista ha generado una pequeña revolución silenciosa tremendamente poderosa, que puede replicarse en otras comunidades autónomas. El anclaje legal nos permitió trabajar con la policía autonómica para redactar la primera guía policial sobre violencias digitales, formar a todas las profesionales de los centros de intervención especializada en violencia de género, formar a todas las profesionales de los centros de medicina legal, a todas las profesionales del derecho que quieren acceder al turno de oficio especializado en violencia de género, entre muchas otras iniciativas. También impulsamos, con fondos europeos, el diseño de una línea de atención a las violencias digitales, que bautizamos como Fembloc, y que

FEMBLOC

en la actualidad se ha convertido en el primer centro público de atención integral a las víctimas de violencias digitales. Queda mucho camino por recorrer. Todavía hay muchos actores sociales que deberían implicarse más, dentro de sus áreas de competencia, como el sistema sanitario, la Inspección de Trabajo, las autoridades autonómicas o el coordinador de seguridad digital, que por falta de previsión legal, aún no tiene atribuidas sus plenas competencias. Mucho es lo que se puede hacer, pero, sin duda, un primer paso imprescindible sería el de la reforma de la Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género para incluir en ella las violencias digitales. ■



POR_ *Marta G. Franco*

Consultora de comunicación y estrategias digitales

Cómo conseguir que todas encontremos nuestra fiesta en Internet

Si queremos que las mujeres y las disidencias tengamos lugares digitales que habitar, vamos a necesitar mucho más que compartir trucos y mensajes de apoyo: vamos a tener que atrevernos a construir una Internet nueva, que esté basada en principios democráticos. La buena noticia es que ya existen soluciones tecnológicas para conseguirlo.



«**L**a calle y la noche también son nuestras». Lo hemos dicho muchas veces en manifestaciones. No queremos renunciar al espacio público nocturno. «Sola y borracha quiero volver a casa», eso también lo gritamos. La noche puede resultar peligrosa para mujeres y disidencias, pero no permitiremos que deje de ser espacio de celebración, de encuentro y de lo que nos dé la gana. Lo mismo se podría decir sobre los espacios digitales hoy: resultan hostiles, tenemos probabilidades insosteniblemente altas de recibir violencias si los frecuentamos, pero no queremos dejar de vivirlos a nuestra manera.

Esta comparativa funciona porque, en realidad, no estamos hablando de esferas distintas: a estas alturas, tenemos claro que lo digital es parte del mundo en el que vivimos y que, por tanto, las violencias sistémicas mundanas también nos atraviesan en Internet. No es casual que la actual oleada reaccionaria esté atacando con especial virulencia a quienes alzan su voz y sostienen ideas feministas, antirracistas y progresistas en redes sociales. También es sintomático que tantas instituciones estén desatendiendo su deber de asegurar las condiciones para que podamos experimentarlas de manera libre, y que sea desde ámbitos feministas desde donde llevamos más de una década alertando sobre lo que ocurre y practicando la autodefensa y el apoyo mutuo.

Jugar con una baraja de cartas marcadas

El símil de la noche tiene, como todo símil, sus limitaciones. En el ámbito nocturno no existe tal concentración de poder. Un número muy pequeño de grandes empresas, las *big tech*, median un alto porcentaje de nuestras vidas digitales. Si nos ceñimos a los espacios que utilizamos para relacionarnos con otras personas, para informarnos y para entretenernos, entre Google (YouTube), Meta (WhatsApp, Instagram y Facebook) y ByteDance (TikTok) se reparten la mayoría de nuestro tiempo de pantalla.

Dependemos de un oligopolio que, en su búsqueda del máximo lucro, optimiza sus plataformas para extraer el máximo valor de nuestras interacciones. Quienes las usamos somos el producto en un mercado que comercia con nuestros datos a través de la venta publicitaria, el entrenamiento de inteligencias artificiales o la mera acumulación para alimentar ciclos de *hype*, inversión y promesas de negocio. Llamémoslo economía de la atención, capitalismo de vigilancia o como peor nos suene, lo importante es entender que estas empresas ganarán más dinero cuantos más datos les demos y, por tanto, eso es lo que fomentan.

El extractivismo de datos tiene efectos perversos: estas empresas han visto que sus plataformas se han ido llenando de odio y no han hecho nada para frenarlo; o incluso lo han fomentado, porque saben que así aumentan la permanencia y la

interacción, el *engagement*. Mientras, por este mismo motivo, han ido imponiendo formatos cada vez más estridentes y centrados en el estímulo insustancial y frenético. Tenemos extensa evidencia, a través de filtraciones o de documentos que han aflorado en procesos judiciales, de que los dueños de Instagram, YouTube o TikTok han sabido que sus productos estaban causando dinámicas adictivas, sobreexposición de conspiranoias o falsedades, e incluso problemas de auto-percepción corporal en adolescentes. Su reacción ha sido siempre la misma: no se frena lo que da beneficios.

La retroalimentación entre este negocio y el auge de líderes antidemocráticos es cada vez más explícita: Silicon Valley ayudó a Trump a llegar a la Casa Blanca con grandes donaciones y, a cambio, obtuvo el compromiso de protección a la supremacía de su industria (por eso, en su guerra arancelaria, Trump presiona a Bruselas para que desregule las *big tech*). Hay otra colaboración más sutil: el *shadow banning*, el mecanismo de censura mediante el que los algoritmos de recomendación reducen la visibilidad de determinadas publicaciones. Es difícil de probar, pero numerosas activistas y creadoras han observado que tratar ciertos temas condena sus contenidos a la invisibilidad. Mencionar «feminismo» o «aborto» te coloca en territorio dudoso; las representaciones de cuerpos diversos son penalizadas, toda información sobre sexo o asuntos LGTBQIA+ puede ser considerada pornografía... Y acumular

«El extractivismo de datos tiene efectos perversos: las plataformas se han ido llenando de odio y sus dueños no han hecho nada para frenarlo; o, incluso, lo han fomentado, porque saben que así se aumenta la permanencia y la interacción»

«No se trata de fomentar *big tech* europeas que repliquen un modelo que incentiva el oligopolio depredador de datos, sino de alimentar desarrollos basados en la colaboración entre financiación pública, empresas socialmente responsables y ciudadanía»

estas infracciones te puede llevar a la desactivación y pérdida de tu cuenta. Mientras, en las mismas plataformas, los algoritmos amplifican exabruptos misóginos y violentos, como si las normas no fueran aplicables a ellos.

Si nos estamos deteniendo en este análisis es porque necesitamos comprender los límites de lo que tenemos para imaginar otros mundos digitales. Que queramos salir por la noche no significa que tengamos que empeñarnos en seguir yendo a una macrodiscoteca donde nos sirven garrafón, nos bombardean machaconamente con canciones cutres y, para colmo, generamos beneficios para un dueño que apoya el fascismo. Si estas son las condiciones, por ahí no es.

Dirigirnos hacia la salida

¿Significa esto que debemos quedarnos en casa, es decir, renunciar a expresarnos a través de Internet? En absoluto, pero tenemos que hacerlo de manera más estratégica, y elegir mejor qué espacios digitales queremos habitar. Para ello, podemos avanzar en dos líneas.

Lo primero, si elegimos seguir en estas plataformas, que sea afilando nuestro sentido crítico. Su propio nombre, «redes sociales», ha quedado obsoleto: ya no son espacios de sociabilidad, sino canales de distribución de contenidos. A Instagram o TikTok no vamos para

hablar con nadie, sino a tener una experiencia que se parece más a ver la tele. Una tele muy tóxica que conviene ver con precaución: bloqueando palabras y cuentas, prestando más atención a los perfiles que seguimos que a los contenidos que nos ponen por delante sin que los solicitemos, limitando el tiempo de uso... Y, sobre todo, siendo conscientes de que son inadecuados para el pensamiento. Huyamos del *ragebait* que trata de captarnos con ganchos polémicos y renunciemos a formarnos opinión o debatir sobre temas complejos a través de estas plataformas.

Para la segunda vía, podemos dejarnos guiar por esta idea: donde no hay algoritmo se vive mejor. Fuera de las batallas por la atención y el odio, tenemos espacios para el aprendizaje y el disfrute como la Wikipedia, las webs de nuestros proyectos de comunicación feminista favoritos, pódcast que dan espacio a reflexiones pausadas, blogs que siguen actualizándose desde hace años, webs y foros donde personas corrientes comparten información sobre los temas que les apasionan, *newsletters* escritas con tanto cuidado que dan ganas de quedarse a vivir en ellas... Internet está lleno de sitios maravillosos que merecen más nuestra atención que los de las *big tech*.

Para quien eche de menos lo que era una red social, ya estamos construyen-

«Podemos dejarnos guiar por esta idea: donde no hay algoritmo se vive mejor. Fuera de las batallas por la atención y el odio, tenemos espacios para el aprendizaje y el disfrute»

do la alternativa: el fediverso. Se trata de un sistema de redes sociales descentralizadas e interoperables, que se comunican entre ellas y en el que puedes participar desde el servidor que elijas. Piénsalo como el correo electrónico: enviamos mensajes entre distintos servidores, pertenecientes a distintas empresas o entidades, gracias a que todos usan un estándar común. Lo mismo se está haciendo en estas redes sociales, con *software* y estándares libres. La más conocida se llama Mastodon, la desarrolla una empresa alemana sin ánimo de lucro, pero cualquier entidad (que tenga los recursos técnicos) puede implementar su propio servidor.

El fediverso supone volver a la Internet tal y como se diseñó: una red de redes, en la que ningún Elon Musk puede comprarlo todo, donde no hay algoritmos opacos ni mercadeo de datos. Dista mucho, todavía, de ser una alternativa masiva, pero es una demostración de que otra arquitectura digital es posible, y cientos de miles de personas ya la estamos habitando. Ya tenemos nuestra fiesta en línea, y la estamos viendo muy a gusto.

Las soluciones estructurales que nunca llegan

Los párrafos anteriores confían en la fuerza de las decisiones cotidianas y las articulaciones colectivas, pero resultarán insuficientes si no van acompañadas de cambios impulsados por las instituciones públicas. Durante años, en Europa hemos confiado en la

vía de la regulación y esperado con paciencia a que se ponga en marcha. No ha sido hasta 2024 cuando la Ley de Servicios Digitales (DSA, por sus siglas en inglés) ha empezado a obligar a las grandes plataformas a ofrecer una mayor transparencia sobre sus algoritmos y a poner en marcha mecanismos de denuncia más eficaces para el usuario. Para ver resultados palpables, parece que todavía tenemos que esperar.

Es escalofriante escuchar el capítulo del pódcast *Saldremos Mejores*, en el que las periodistas Sarah Santaolalla y Laura Arroyo, y la diputada Tesh Sidi hablan sobre el acoso que reciben a diario. Insultos explícitos y amenazas que son enviados a través de perfiles personales, con nombre y apellidos de sus autores, a veces coordinados a través de grupos de Telegram. Cuesta entender que, si ellas pueden llegar a localizarlos, quienes deberían protegerlas no lo hagan. Cuesta entender también que (al menos a fecha de edición de este texto), España no haya aprobado todavía el cambio legislativo que permitiría tener un organismo estatal con más capacidad para pedir responsabilidades a las plataformas. Lo prevé la DSA, pero su puesta en marcha se ha estancado entre negociaciones partidistas.

Hay otros movimientos en el ámbito de la regulación que no resultan esperanzadores. La Comisión Europea está cocinando el «ómnibus digital», un paquete de medidas que amenaza con rebajar la pro-

tección de datos y allanar el camino al extractivismo. Además, las legislaciones que pretenden prohibir el acceso a redes sociales a adolescentes parecen renunciar a desmontar el negocio tóxico. En otras palabras: en vez de frenar lo que resulta nocivo, excluimos a las personas que consideramos más vulnerables.

En todo caso, los acontecimientos geopolíticos recientes han puesto sobre la mesa que limitarse a regular tecnologías controladas desde EE. UU. o China es altamente problemático. Algunos países europeos están comenzando a tomarse en serio por fin la soberanía digital, como es el caso de Francia, que está sustituyendo las herramientas de Microsoft por alternativas basadas en *software* libre. Ahí está la clave: no se trata de fomentar *big tech* europeas que repliquen un modelo que incentiva el oligopolio depredador de datos, sino de alimentar desarrollos basados en la colaboración entre financiación pública, empresas socialmente responsables y ciudadanía.

La verbena digital que ya estamos organizando

Apostar por el *software* libre y la arquitectura descentralizada permite avanzar hacia un panorama tecnológico más diverso, que tenga en cuenta las prioridades de comunidades específicas, mientras se exploran modelos empresariales más éticos y sostenibles. Así es como existe ya, con su pequeña escala, un ecosistema de infraestructuras que podemos llamar feministas: servidores autogestionados, instancias del fediverso, proyectos de periodismo independiente, *software* e IA con enfoque feminista, grupos de autodefensa digital, etc.

Como ejemplo, podemos citar a Fem-bloc, una línea de atención que apoya a mujeres y personas LGTBQIA+ que

reciben violencias machistas digitales o discurso de odio. Es pionera en hacerlo integrando conocimientos técnicos y psicosociales altamente especializados y, por suerte, cuenta con financiación de instituciones como la Generalitat de Catalunya y el Ministerio de Igualdad para expandir su acción. Otro ejemplo, aún emergente, sería La Nuestra, la plataforma a través de la cual la periodista Cristina Fallarás se ha propuesto articular la avalancha de testimonios de violencias sexuales que recibe en su cuenta de Instagram, derivándolos hacia una comunidad digital en la que las afectadas puedan tramitar escucha y reparación de manera segura.

Fallarás es una de las protagonistas de la campaña con la que Amnistía Internacional denuncia la violencia extrema que sufren las mujeres que ocupan espacios de alta visibilidad y difunden mensajes feministas. Están recogiendo mensajes de amor para compartírselos con ellas. Es lo que nos toca hacer con las compañeras que deciden exponerse: proporcionarles cuidados y recursos para que lo hagan en las mejores condiciones. Porque está claro que, aunque las plataformas sociales *mainstream* sean discotecas cochambrosas mantenidas por empresarios infames, mientras preparamos la transición hacia espacios mejores, necesitamos que los mensajes feministas sigan escuchándose en ellas.

Lo explica la también muy atacada artista Samantha Hudson en la primera entrega de su pódcast *Sofá y Samantha*, cuando defiende su determinación a seguir en plataformas tóxicas: «Hay que hacer algo contra esta panda de sinvergüenzas que se quieren apropiar de la historia y del relato. [...] Pero si alguna vez el odio nos derrota, tenemos amigas, tenemos gente que nos sostiene... no estamos solas, y para mí eso es lo más importante». ■

Bibliografía

Cano, J. A. (22 de marzo de 2026). Cory Doctorow: La pregunta es cómo crear las herramientas para el Internet posnorteamericano que necesitamos. *El Salto*. Disponible en: <https://www.elsaltodiario.com/internet/entrevista-cory-doctorow-nuevo-libro-mierdificacion-tecnologia-internet>

Constanza-Chock, S. (2020). *Design Justice: Community-Led Practices to Build the Worlds We Need*. Cambridge: MIT Press.

Delgado, D. (1 de marzo de 2026). Regular las *'big tech'*, un imperativo democrático. *Ctxt, contexto y acción*. Disponible en: <https://ctxt.es/es/20260301/Politica/52469/Diego-Delgado-big-tech-regulacion-ley-de-servicios-digitales-impunidad-tecnologicas-derechos-digitales-DSA.htm>.

Hudson, S. (Anfitriona) (24 de febrero de 2026). Redes solidarias contra el machismo y el odio, con Sarah Santaolalla [Episodio de pódcast]. *Sofá y Samantha #1. Ctxt, contexto y acción*. Disponible en: <https://ctxt.es/es/20260201/Multimedia/52240/Samantha-Hudson-Sarah-Santaolalla-podcast-machismo-odio-agresion.htm>.

G. Franco, M. (2024). *Las redes son nuestras. Una historia popular de Internet y un mapa para volver a habitarla*. Bilbao: Consonni.

Lafarga, A. (29 de junio de 2025). *Contra el algoritmo: cultivar jardines digitales en vez de likes* [videoensayo].

Rikap, C. (2026). *Teoría de la dependencia digital. Soberanía y desarrollo en el capitalismo del siglo XXI*. Buenos Aires: Caja Negra.

Hernand, I. y Pérez, N. (Anfitrionas). (3 de marzo de 2026). Permanecer en el espacio público (5x23). [Episodio de pódcast]. *Saldremos mejores*. Podium Podcast. Disponible en: <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/saldremos-mejores-podium-os/episodio/4838934/>

Spideralex (2 de marzo de 2024). La infraestructura feminista como creación de lo que nos sostiene. *DonesTech*. Disponible en: <https://donestech.net/es/noticia/donestech-la-infraestructura-feminista-como-creacion-de-lo-que-nos-sostiene-spideralex>.

Publicaciones del Instituto de las Mujeres

El Instituto de las Mujeres desarrolla una importante labor de generación de conocimiento a través del impulso y financiación de estudios sobre la situación de las mujeres, estudios de carácter feminista y estudios de género. Dentro de su labor editorial publica y difunde series y colecciones como estudios, guías, folletos, catálogos y otros trabajos de diferente temática.

Algunas de las publicaciones más recientes del Instituto de las Mujeres, relacionadas con los **espacios digitales** son:



Camacho-Miñano, M. J., y Rich, E. (Coords.)

Guía salud digital y género: cómo ayudar a la gente joven a desafiar las normas de género sobre la salud de un mundo digital
Instituto de las Mujeres (2025)

Salud Digital y Género es un recurso educativo para apoyar la enseñanza y el aprendizaje sobre tecnologías digitales para fomentar estilos de vida saludables desde una perspectiva de género. Puede utilizarse en Educación Primaria (10-11 años), en Educación Secundaria (12-16 años) y en otros contextos de educación no formal, como centros juveniles, clubes o diferentes colectivos.



Vila-Viñas, D., Jiménez Castillón, S., Sotomayor Rivera, G., y equipo de investigación

Desarrollo de métodos de evaluación del sesgo de género en los chatbots de inteligencia artificial (Investigaciones feministas)
Instituto de las Mujeres (2025)

El estudio presenta el Proyecto LOVELACE, una iniciativa diseñada para identificar y combatir sesgos de género en los textos que generan las herramientas de IA y específicamente los chatbots. Analiza cómo las tecnologías basadas en la IA se están implantando en los diferentes ámbitos de la vida de las personas. El estudio plantea que estas herramientas refuerzan las desigualdades ya que sus algoritmos no son neutros. Aboga por la regulación en la materia a través de instrumentos como el «Plan Estratégico para la Igualdad Efectiva».





Autopercepción de la imagen de las mujeres en los nuevos entornos digitales Instituto de las Mujeres (2024)

El estudio tiene por objetivo analizar cómo las jóvenes construyen su autopercepción a partir de su representación en contenidos de entornos digitales (redes sociales, videojuegos y otras plataformas) y conocer qué estereotipos de género se encuentran en estas. Recurriendo a un enfoque participativo, se integran en el estudio voces diversas que ofrecen una perspectiva amplia y rigurosa para conocer qué contenidos digitales se consumen, por qué canales y qué mensajes transmiten para identificar si este medio perpetúa y agrava los estereotipos.



Prostitución en contextos digitales (Serie Estudios, Núm. 129) Instituto de las Mujeres (2023)

El estudio se acerca al fenómeno del espacio prostitucional digital analizando su vertiginosa expansión tras el confinamiento por la epidemia del COVID-19. Ha contado para su realización con la participación de Médicos del Mundo y de personas en situación de prostitución. El estudio muestra cómo la digitalización ha transformado los métodos de captación e incrementado los riesgos y la precariedad a los que se enfrentan estas personas, denunciando la tremenda vulneración de los derechos fundamentales en el opaco entorno digital.



Tomamos los mandos: Las mujeres jóvenes y los videojuegos [Jornada]. **Ciclo de Diálogos "Juventud y Feminismo"** Instituto de las Mujeres. (5 de junio de 2024)

Videos producidos a partir de las jornadas celebradas en el Instituto de las Mujeres dedicadas a la sensibilización del personal docente en materia de igualdad en el entorno de los videojuegos.



ACCESO AL VÍDEO DE 2 MIN.



ACCESO AL VÍDEO DE 30 SEG.



Mujeres jóvenes y acoso en redes sociales (Serie Estudios, Núm 126) Instituto de las Mujeres (2022)

Este trabajo analiza la violencia digital dirigida a las mujeres jóvenes en España. Revela que el 80% de las jóvenes han sido víctimas de acoso puntual en el entorno digital. El análisis constata que el espacio virtual no es un entorno neutral sino que reproduce las conductas y estereotipos del mundo real, y que el impacto psicológico y social de la violencia en línea es tan real y dañino como el que se vive fuera de este entorno. El estudio insta a la adopción de políticas públicas que garanticen el respeto y la libertad en el entorno digital.





Programación creativa en igualdad
Materiales didácticos para educación secundaria:
guía para el profesorado
Instituto de las Mujeres (2021)

Con el Programa Diana, el Instituto de las Mujeres propone una serie de actividades didácticas con la finalidad de incentivar la presencia de niñas y jóvenes en las carreras tecnológicas. Para disminuir la brecha de género existente en los estudios tecnológicos y en el sector de las TIC es necesario incorporar el aprendizaje de la programación en igualdad desde edades tempranas para dotar de habilidades TIC básicas a las nuevas generaciones. En este documento se pone a disposición de la comunidad educativa diverso material útil para organizar actividades didácticas de programación con el alumnado teniendo presente el enfoque de género.



Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. (2020).
Mujeres y adicciones (2ª ed.) (Serie Salud, Núm. 13)

La guía aborda el problema de las adicciones desde la perspectiva de género, analizando la influencia de los roles de género y de la presión social en el consumo de sustancias. El género y los patrones de comportamiento que conlleva son factores condicionantes en el uso y abuso de sustancias y otros tipos de adicciones, entre ellas el abuso de la tecnología.



Martínez Cantos, J. L. (Coord.), Castaño Collado, C., Escot Mangas, L., y Roquez Díaz, A. (2020).
Nuestras vidas digitales: Barómetro de la e-igualdad de género en España (Serie Mujeres, tecnología y sociedad digital, Núm. 1).
Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades.

El estudio se centra en conocer la evolución de las brechas de género tanto en el uso de las TIC como en la participación de mujeres en el sector, así como en las tendencias de futuro, proponiendo recomendaciones que permitan una intervención eficaz para eliminar esta brecha. Se concluye que aún existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en el uso personal de las TIC y que son las mujeres mayores las que presentan más desventajas.





Alarcos Tamayo, T. M. (Dir.)
El emprendimiento digital femenino en España: Situación y prospección.
Instituto de las Mujeres (2021)

Se analiza el emprendimiento digital y tecnológico de las mujeres partiendo de una fotografía de la realidad española a través de aspectos sociodemográficos, el análisis de las motivaciones para el emprendimiento y las principales barreras y retos a los que se enfrentan las mujeres en el sector. También realiza un estudio comparativo de una muestra de startups digitales fundadas por mujeres y por hombres.



Sáinz, M., Arroyo, L., y Castaño, C. (2020)
Mujeres y digitalización: de las brechas a los algoritmos (Serie Mujeres, tecnología y sociedad digital, Núm. 3).
Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades.

Estudio de revisión de la literatura y la investigación más reciente sobre los retos y oportunidades que la digitalización ofrece a todas las personas, pero especialmente a las mujeres. A menudo, las mujeres permanecen apartadas del diseño y producción de tecnologías y, aun cuando muchas de ellas han tenido un papel activo en dicho proceso de producción, se les atribuye un papel secundario e invisible. El informe dedica especial énfasis a los estudios y datos vinculados con esta problemática en el contexto español y de la Unión Europea.



Tarín Quirós, C., y Villar García, J. P. (2020).
Las mujeres en la economía digital española: trayectorias inspiradoras (Serie Mujeres, tecnología y sociedad digital, Núm. 2).
Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades.

El informe analiza las principales barreras que limitan la presencia de las mujeres en el ámbito digital, la falta de referentes femeninos y la existencia de estereotipos. Recoge la trayectoria de algunas de las mujeres que están participando activamente en el sector para, a través de sus experiencias, acercarse a los desafíos a los que han tenido que hacer frente y las oportunidades que identifican en sus respectivos campos de trabajo.





POR *Lydia Delicado-Moratalla*

Investigadora y docente en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante

La pornografía digital en el capitalismo de plataforma

La digitalización de la industria sexual

La digitalización de la industria sexual ha sido un proceso gradual que ha dado lugar a nuevos modos de producción de la pornografía en línea. La industria de la pornografía, cuyo producto audiovisual solía ser elaborado casi exclusivamente por empresas profesionales y comercializado por agentes especializados, ha diversificado y ampliado sus modos de producción a través de las estrategias digitales que ofrecen las *apps*. La creación y la popularización de *apps* que alojan perfiles de mujeres que monetizan contenido pornográfico a través de suscripción ha sido una auténtica revolución en las formas de producir y vender el producto pornográfico. Ha significado una reducción de los costes de producción porque casi todos ellos recaen en las creadoras de contenido. Es decir, la deslocalización de la actividad implica, además de una diversificación de las formas de obtener ganancias, una reducción de costes de producción. Cabe mencionar también que, como todo comercio

establecido en el entorno digital, esta nueva pornografía se comercializa en un espacio que carece de fronteras, por lo que es difícil definir su geografía. Podemos decir que cuenta con la capacidad de llegar a todas partes.

El primer modelo conocido de estas características fue el popular OnlyFans y después otras muchas aplicaciones han copiado su tipo de negocio. En este modelo la creadora de contenido pornográfico¹ y el consumidor se relacionan a partir de interacciones por *chat*, emisiones en directo y compraventa de imágenes y vídeos que dependen del pago de una suscripción o de propinas extra. Esto ha dado lugar también a la posibilidad de crear contenido, actitudes, personajes y relatos que se individualizan y adaptan a la demanda concreta de cada suscriptor. Pero también ha abierto la opción para que participen intermediarios. El más relevante ha sido el nuevo proxenetismo surgido en este contexto y al que nos referimos como *E-Pimping*, siguiendo a Marcus Ezra (2022) del *New York Times*.

¹ En este artículo nos centramos en las creadoras de contenido pornográfico y en el conjunto de hombres que consumen su contenido. Es el esquema que aparece de manera más expandida y frecuente dentro de esta realidad, pero no es el único. También hay varones que crean contenido pornográfico que es consumido por ambos sexos y personas que se autodefinen desde un arco identitario diverso, tanto en la producción de contenido como en su consumo. Estas otras realidades no son abordadas en este trabajo.

Intermediarios, proxenetismo digital o E-Pimping

Con el capitalismo de plataforma, nuevas maneras de acumular capital han visto la luz y, entre ellas, observamos una rearticulación del proxenetismo convencional. Podemos denominarlo proxenetismo digital porque se trata de un tipo de proxenetismo que organiza las formas de lucro derivadas de la explotación sexual de mujeres a partir del aprovechamiento de las herramientas existentes en Internet. El proxenetismo digital es un conjunto de actores que gestionan el negocio de la explotación sexual femenina a través de diversas herramientas que operan en línea. Estamos hablando de propietarios de negocios en Internet y de gestores que crean los espacios virtuales en los que se facilita la prostitución y en los que se está produciendo y comercializando el contenido pornográfico. Estos espacios son plataformas especializadas en la mercantilización de la sexualidad de las mujeres: espacios de *webcamming*, foros, redes sociales, blogs o aplicaciones para dispositivos móviles.

Los *E-Pimps* o proxenetes digitales se presentan como agentes o compañías que realizan servicios de *marketing* en línea y de posicionamiento web de los perfiles existentes en las *apps* de contenido pornográfico. El trabajo en plataformas en los países empobrecidos tiene bajo coste y los servicios de *marketing* se han beneficiado de esta circunstancia. La estrategia utilizada para incrementar el volumen de suscriptores y los ingresos es disponer de un conjunto de personas que se encargan de hacerse pasar por las mujeres que son la imagen del perfil en la relación por *chat* con los consumidores. Esta actividad se realiza bajo esquemas de enorme flexibilidad

y precariedad. En los suscriptores se crea la ilusión de estar conversando con su estrella pornográfica favorita, incluso, de tener una ciberrelación íntima. Las conversaciones por chat se utilizan para estimular la demanda de un contenido que se paga a mayor coste y que suele estar asociado a prácticas *hardcore* en las que se entremezclan la violencia, la humillación y el placer, según indican estudios recientes². Los agentes intermediarios van dirigiendo así el tipo de demanda de contenido que las creadoras han de realizar y reciben ingresos por estas actividades de explotación sexual.

Aunque este esquema de negocio suele promocionarse como vanguardia de la autonomía y la ausencia de dependencia de intermediarios, existen más agentes que se lucran. Por un lado, se trata de las comisiones que las creadoras de contenido tienen que abonar a los servicios bancarios, como son los monederos digitales. Por otro lado, algunos servicios de *online banking* utilizan métodos de verificación en los que redirigen a las usuarias a sus perfiles de grandes tecnológicas, como Facebook. Es decir, las creadoras de contenido pueden verificar su identidad a través de Facebook en su relación con los servicios bancarios digitales. Así, esta empresa recopila datos e interacciones en línea, que son la materia prima del capitalismo de plataforma. Efectivamente, esta realidad ha surgido en un contexto en el que el capitalismo de plataforma ha ido adquiriendo protagonismo en un mundo global en el que las grandes empresas tecnológicas han reformulado la relación entre los individuos y el ciberespacio.

² Véase, por ejemplo, las realidades que se describen en Donevan, M., Jonsson, L. y Svedin, C.G. (2025). «The Experience of Individuals Filmed for Pornography Production: A History of Continuous Polyvictimization and Ongoing Mental Health Challenges». *Nordic Journal of Psychiatry*, pp. 1-10; y en Figiaccone, J. (2025). «Soy mi propia madama» Emprendedoras eróticas en OnlyFans. *Nueva Sociedad* 316, n.o marzo-abril.

Dentro de la definición de proxenetas digitales también podemos incluir a los propietarios y gestores de portales en los que opera la actividad vinculada a la pornografía que se ofrece en vivo a través de *webcams*. Algunas modalidades de organización de este negocio suponen diferentes niveles de lucro. Por ejemplo, en Colombia hay agentes propietarios de los espacios en los que se ubican las cabinas desde las que se retransmite a las mujeres y sus actuaciones eróticas y pornográficas en directo. Estos agentes perciben una parte de los ingresos generados por la explotación sexual de la chica. Pero la organización de la plataforma digital que da soporte a esta retransmisión es la que se lleva la mayor parte de la ganancia. Según el documental *Assignment: Colombia's webcam women*, emitido por la BBC en 2025³, pueden retener hasta el 50 % del dinero que paga el usuario por consumir la retransmisión de imágenes.

El volumen de negocio de este tipo de plataformas no es nada desdeñable. A tenor de los resultados de una investigación reciente⁴, *LiveJasmin*, que tiene su base en Luxemburgo, recibe doscientos millones de visitantes al mes y una de cada cinco personas adultas en Estados Unidos visita este tipo de páginas con *webcams*. A través de este estudio también sabemos que el mayor porcentaje de mujeres implicadas en las retransmisiones por *webcam* son colombianas y le siguen mujeres rumanas, rusas y filipinas. Son las nacionalidades que también están muy presentes en la prostitución convencional, vinculadas a las bolsas de pobreza con rostro femenino. Como veremos a continuación, las

intersecciones entre la prostitución y la pornografía son muy habituales en la industria sexual digital.

Los circuitos de *pornoprostitución*

La nueva organización de la industria sexual digitalizada ha propiciado que los nexos que unen las prácticas prostitucionales y la creación de pornografía sean más evidentes y visibles que hace una década. La *pornoprostitución* asimila ambas culturas, la prostitucional y la pornográfica, que son, en esencia, dos prácticas que nacen de la instrumentalización sexual que los grupos de poder masculinos hacen de las mujeres en las sociedades patriarcales y que responden a un persistente esquema de desigualdad estructural entre los sexos.

En primer lugar, podemos destacar una tipología que hibrida la prostitución y la pornografía, que es la retransmisión en vivo que se realiza mediante la conexión por *webcam*. Estamos hablando de plataformas que ofrecen a los consumidores la opción de conectar con mujeres a través de una *webcam*. Es una modalidad en la que las imágenes eróticas o pornográficas se consumen en vivo, en tiempo real. Efectivamente, el producto audiovisual en este caso, por definición, es pornográfico. El consumidor persigue el objetivo de estimular su excitación sexual mediante el visionado de una o más mujeres que despliegan actitudes y prácticas eróticas o explícitamente sexuales. La relación que se establece entre ambas partes se organiza bajo un formato prostitucional, pues el varón paga un precio por acceder a una mujer a la que le demanda una atención personalizada, su cuerpo y su sexualidad. La diferencia con la prostitución convencional es que no hay un

³ Véase: <https://www.bbc.com/audio/play/p0lc6b3q>

⁴ Véase Bennett-Brown, M., Gesselman, A. N., Blundell Osorio, M., Kaufman, E. M. y Campbell, J.T. (2025). Understanding Stigmatization in Digital Sex Work: Perceptions of Camsite Members and Models. *Computers in Human Behavior*, 171: 108719.

contacto directo entre los cuerpos. Se produce una intersección entre prostitución y pornografía, por eso, podemos denominarla *pornoprostitución*.

En segundo lugar, los suscriptores de estas plataformas de *webcamming* aprovechan el contacto que se establece para proponer citas *offline* a las mujeres o para explorar si la chica les gusta para consumir el contenido que monetiza en otros ciberespacios. De este modo, las mujeres realizan actividades vinculadas a la industria sexual en un circuito en el que interseccionan de manera intermitente o continuada la prostitución *online* y *offline* y la venta de contenido pornográfico a través de *apps* y plataformas digitales. En este circuito pueden recibir también ofrecimientos para participar en producciones pornográficas en estudios profesionales, en grandes eventos de la industria como las ferias eróticas, en fiestas privadas, en prostíbulos, en espectáculos en vivo o propuestas de modelaje para publicaciones periódicas como las revistas especializadas de gran tirada.

Red de redes: una intensa dependencia de las empresas tecnológicas

Las mujeres implicadas en la producción y monetización de pornografía a través de *apps* necesitan aplicar una estrategia de captación de suscriptores para poder mantenerse. El reclutamiento pasa por ofrecer contenido gratuito en diversas redes sociales y por lograr visibilidad y posicionamiento, dentro de la enorme competencia que existe en la economía de la atención de las plataformas. Crear perfiles, alimentarlos periódicamente y realizar un esfuerzo por gustar a otros, generar interacciones en todos ellos y en todas las redes sociales posibles va a ser un mandato irrenunciable si la creadora tiene la expectativa de poder reunir ingresos significativos a través de la venta de contenido pornográfico en las *apps*.

Este esquema fuerza a las creadoras a estar expuestas en múltiples espacios virtuales, lo que implica una sobreexposición a todos los efectos no deseados que existen dentro de estos entornos digitales, entre los que se encuentran la violencia sexual digital y la usurpación de la imagen y la identidad de las mujeres. Como podemos constatar, la nueva forma de producir y comercializar pornografía se sostiene sobre una plataforma construida sobre otras plataformas, es decir, una red de redes, y sobre la participación de distintos agentes.

Mantener el número de suscriptores no solo implica invertir tiempo en alimentar dicha red de redes, sino también estar sujeta a los gustos individuales de todo el conjunto de la demanda, a sus puntuaciones, a los *rankings*, a los comentarios y a las *reviews*, y también entraña sobrevivir a las estrategias algorítmicas que diseñan los propietarios de las plataformas. En el caso de las plataformas de *webcamming*, por ejemplo, la visibilidad de las chicas depende de la reputación que se logra satisfaciendo los criterios que imponen tanto el algoritmo como los usuarios. Aunque las mujeres inicialmente establezcan sus líneas rojas sobre el tipo de contenido y la oferta de prácticas, se ven sujetas a las coacciones implícitas en este negocio. Así, las formas de coacción que operan en el contexto de la industria sexual se han amplificado e intensificado con su digitalización.

Por todo ello, los estudios feministas sobre prostitución y pornografía, en estos momentos, han puesto el foco en investigar y analizar cómo se está reconfigurando el uso de la violencia contra las mujeres en los nuevos esquemas de explotación sexual que han surgido dentro de los mercados globales digitales, en el seno del capitalismo de plataforma. ■



Influencers y feminismo: cómo se construye la opinión pública en la era digital



POR _ ¹ *Alejandro Tirado* _ ² *Marta Fraile* _ ³ *Paula Zuluaga*

^{1y2} Instituto de Políticas y Bienes Públicos - CSIC

³ Joint Research Center - Ispra

En los últimos años, los *influencers* se han convertido en actores clave en la formación de la opinión pública, especialmente entre las generaciones más jóvenes. A través de contenidos aparentemente alejados de la política, introducen ideas y posicionamientos que moldean actitudes hacia temas como el feminismo. Este artículo analiza cómo estos creadores no solo difunden mensajes, sino que influyen en cómo sentimos y pensamos sobre la igualdad de género en la era digital.

1. De la desconfianza en los medios a la era de los influencers

Durante décadas, los medios de comunicación tradicionales fueron la principal puerta de entrada a la información política. La televisión o la prensa marcaban el debate social. Sin embargo, en los últimos años, ese modelo ha cambiado profundamente. La confianza en estos medios ha disminuido de forma sostenida, especialmente entre las generaciones más jóvenes, al tiempo que han emergido nuevos actores capaces de captar a millones de personas: los *influencers*.

A diferencia de periodistas o figuras políticas, los *influencers* no se presentan como intermediarios de la información pública. Su contenido gira en torno a ámbitos como los videojuegos, la cosmética o el humor. Ahí reside su fuerza: construyen cercanía y confianza a través de contenidos alejados de la política. Pero, de forma ocasional, introducen pequeñas «píldoras» de contenido político en sus publicaciones. Un comentario, una opinión, una reacción a un tema de actualidad. Estas píldoras no siempre responden a una estrategia deliberada, pero tienen consecuencias (Valeriani y Vaccari, 2016).

Este fenómeno es clave para entender cómo se está transformando la opinión pública. No estamos hablando de actores explícitamente políticos –como la manosefa–, sino de creadores de contenido generalistas que, sin ser percibidos como tales o, incluso, sin pretenderlo, participan en la conversación pública. La política no desaparece, sino que entra por la puerta de atrás.

2. ¿Por qué los influencers pueden influir tanto?

Para entender el papel que juegan los *influencers* en la formación de la opinión pública, conviene partir de una idea clásica en ciencia política: las personas no forman sus opiniones de manera aislada, sino en interacción con los mensajes que reciben. Sabemos que la influencia política no depende solo de qué se dice, sino de cómo se recibe, procesa y recuerda por parte de la audiencia.

Uno de los modelos más influyentes para entender este proceso es el propuesto por John Zaller (1992). De forma resumida, este modelo plantea que la influencia política depende de cuatro elementos: la *recepción* del mensaje, la *resistencia* a ese mensaje, su *accesibilidad* en la memoria y, finalmente, la *respuesta* que damos cuando se nos pide una opinión. Es decir, no basta con que un mensaje exista: tiene que llegarnos, no ser rechazado y quedarse en nuestra memoria para, finalmente, influir en lo que decimos o pensamos. En este esquema, los *influencers* cuentan con ventajas claras a la hora de modelar la opinión pública.

En primer lugar, destacan por su capacidad de *recepción*. El contenido de los *influencers* se integra en rutinas cotidianas de consumo digital, lo que hace que sus mensajes lleguen incluso a personas poco interesadas en política. Esto es lo que en la literatura científica se denomina influencia incidental: no buscamos informa-

«La política ya no solo se debate en los medios: también se cuele en el entretenimiento»

ción política, pero nos encontramos con ella.

En segundo lugar, los *influencers* contribuyen a reducir la resistencia de las audiencias al mensaje. Sabemos que las personas tienden a rechazar información que contradice sus creencias, pero esa resistencia depende en gran medida de quién emite el mensaje. En este sentido, los *influencers* cuentan con un activo fundamental: la confianza. A través de una relación continuada con su audiencia, construyen una imagen de autenticidad y cercanía que hace que sus opiniones sean percibidas como más creíbles que las de políticos o medios tradicionales. Esto no significa que las personas acepten cualquier mensaje, pero sí que las barreras iniciales son menores.

En tercer lugar, su estilo comunicativo favorece la *accesibilidad*. Los *influencers* utilizan formatos breves y emocionalmente atractivos, con un lenguaje sencillo que facilita la comprensión. En un entorno saturado de información, estos elementos aumentan la probabilidad de que ciertos mensajes se recuerden y se utilicen posteriormente para formar opiniones.

Por último, la lógica de las plataformas digitales, con la ayuda de los algoritmos, amplifica la fase de *respuesta*. Los contenidos que generan más interacción –comentarios, compartidos, reacciones– tienen mayor visibilidad, lo que incrementa su pre-

sencia en el debate público. En este sentido, los *influencers* no solo emiten mensajes, sino que contribuyen a hacerlos más visibles.

Sin embargo, este marco teórico no es suficiente por sí solo para entender el momento actual. Para ello, es necesario incorporar una segunda dimensión clave: el contexto generacional y temporal en el que se produce esta influencia.

Existe un amplio consenso en la literatura de ciencia política en que hay etapas de la vida –especialmente la adolescencia– en las que las personas son particularmente sensibles a la formación de actitudes políticas. Son los llamados «años impresionacionales», un periodo en el que las experiencias y los estímulos recibidos dejan una huella duradera en la configuración de valores y creencias de la ciudadanía.

Lo relevante en el caso actual es que, para una parte importante de la población joven, estos años han coincidido con dos procesos simultáneos. El primero es la consolidación de las redes sociales como principal espacio de socialización. Para muchas personas, especialmente menores de treinta años, el contacto con la información –también la política– se produce fundamentalmente a través de plataformas digitales, donde los *influencers* ocupan un lugar central. Esta consolidación se vio aún más impulsada por la irrupción de la pandemia de la covid-19. Durante ese periodo, el consumo de contenido digital aumentó de forma significativa, en un contexto de aislamiento e incertidumbre. Este incremento no fue solo cuantitativo, sino también cualitativo: las redes sociales se convirtieron en espacios clave para informarse, entretenerse y compartir emociones.

A esto se suma un tercer elemento que resulta fundamental para entender el caso concreto del feminismo: la centralidad de las reivindicaciones del movimiento feminista en el debate público desde 2018. En España, las movilizaciones y la huelga del 8 de marzo de ese año marcaron un punto de inflexión, situando la igualdad de género en el centro de la agenda. Desde entonces, el feminismo no solo ha ganado visibilidad, sino que se ha convertido en tema de intenso debate y conflicto político. Este contexto ha penetrado también en las redes sociales. El feminismo –y su contestación antifeminista– no se limita a espacios políticos o activistas, sino que aparece en entornos aparentemente alejados de la política. Es aquí donde los *influencers* juegan un papel clave, al actuar como intermediarios incidentales entre estos debates y sus seguidoras y seguidores, que, de otro modo, tal vez no estarían expuestos a estos temas.

En otras palabras, los *influencers* no operan en el vacío. Su capacidad de influencia se ve amplificada por el

«Los *influencers* no cambian tanto lo que pensamos, pero sí cómo nos sentimos»

TABLA 1.
DISTRIBUCIÓN Y ENGAGEMENT EN PUBLICACIONES DE INFLUENCERS

	Nº de publicaciones	%	Canal Principal	Media de visualizaciones/likes	Engagement
Feminismo	64	11.5	Instagram	88.065	18,7 %
Antifeminismo	43	7.7	YouTube	1.558.029	31,3 %
Neutral	451	80.8	YouTube	1.020.992	29,3 %
TOTAL	558	100		956.931	28,2 %

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

«El contenido antifeminista genera más interacción y conecta con emociones intensas»

momento vital de su audiencia, por el contexto tecnológico en el que interactúan y por la intensidad de los debates que circulan en la esfera pública. Esto es especialmente relevante en cuestiones como el feminismo, donde las emociones, las identidades y las experiencias personales juegan un papel central.

3.

Qué dicen los datos: actitudes, engagement y emociones

En nuestra investigación (Fraile et al., 2025; Zuluaga et al., 2026), hemos combinado datos de encuesta de una muestra representativa de la población española (cinco mil personas), realizada en diciembre de 2022, con el análisis de contenido de las publicaciones de los cincuenta *influencers* más mencionados en la encuesta en los meses previos a ella. Nuestro objetivo: entender cómo seguir a estos creadores se relaciona con las actitudes hacia el feminismo. Los resultados ilustran el poder de los *in-*

fluencers para crear opinión pública, aunque con matices.

En primer lugar, nuestra investigación muestra que seguir a determinados tipos de *influencers* está asociado con diferencias significativas en las actitudes hacia el feminismo. Cuando comparamos personas con perfiles muy similares –en edad, educación, ideología o interés político–, observamos que quienes siguen a *influencers* con contenido feminista tienden a mostrar actitudes favorables a la igualdad de género. Por el contrario, quienes siguen a *influencers* cuyas publicaciones presentan contenido antifeminista muestran menor apoyo al feminismo y una mayor aceptación de ideas contrarias a la igualdad de género. Esto no significa necesariamente que los *influencers* «conviertan» a sus seguidores, sino que contribuyen a moldear y, en algunos casos, reforzar orientaciones o ideas previas que tal vez no estaban plenamente formadas.

En segundo lugar, analizamos cómo circula este tipo de contenido en redes sociales. Una idea extendida es que los mensajes antifeministas tienen una mayor capacidad de difusión que los contenidos que apoyan al feminismo y la igualdad de género. En nuestra investigación medimos el engagement que suscita cada publicación calculando el porcentaje resultante de dividir los likes o las visualizaciones de las publicaciones de los *influencers* entre su número de seguidores. Nuestra evidencia sugiere que los contenidos antifeministas generan más interacción con los seguidores que los que muestran apoyo al feminismo. Mientras que las publicaciones con contenido profeminista presentan un engagement medio del 18 %, las publicaciones sin contenido relacionado con el feminismo alcanzan un 29 %, y las antifeministas un 33 %. Esto sugiere

que el contenido antifeminista tiene una mayor capacidad para activar reacciones.

Parte de esta capacidad de movilización tiene que ver con el tono y el estilo de los mensajes. En muchos casos, los discursos antifeministas se articulan en términos confrontativos, apelando a la indignación o al agravio. No es extraño encontrar mensajes que presentan el feminismo como una amenaza o como una imposición injusta, utilizando un lenguaje directo y emocionalmente cargado. También son frecuentes los ataques a instituciones como el Ministerio de Igualdad, cuestionando la existencia de desigualdades de género y poniendo en entredicho la legitimidad de la evidencia factual que recopilan y publican estas instituciones.

Pero el elemento más relevante de nuestros resultados no es tanto qué se dice, sino cómo afecta a quienes lo reciben.

Quienes siguen a *influencers* con discursos feministas tienden a experimentar emociones positivas como orgullo, esperanza o solidaridad hacia la igualdad de género. En cambio, quienes siguen a *influencers* antifeministas muestran mayores niveles de emociones negativas como irritación, desconfianza o indignación hacia las reivindicaciones de igualdad. La investigación en el campo de la comunicación muestra que las emociones negativas generan mayores niveles de atención, seguimiento y fidelidad. Esto otorga a los *influencers* antifeministas una notable capacidad para conectar con el desencanto y la desafección de parte de la ciudadanía, especialmente entre los hombres jóvenes.

En otras palabras, los *influencers* no actúan como mediadores que equilibran el debate, sino como amplificadores



«Más que persuadir, los influencers amplifican creencias y emociones preexistentes»

dores que intensifican determinadas respuestas emocionales, alimentando la polarización en la opinión pública sobre estos temas. Así, más que cambiar lo que pensamos, contribuyen a moldear cómo nos sentimos respecto a esos temas. Y esas emociones son fundamentales, porque influyen en cómo interpretamos la realidad, cómo evaluamos la información y, en última instancia, cómo nos posicionamos políticamente.

Estos creadores han sabido presentar las demandas feministas de igualdad como un supuesto capricho de las élites políticas y económicas, cuestionando así su legitimidad. De este

modo, los contenidos antifeministas logran conectar con mayor intensidad con quienes perciben que el sistema político, institucional y económico los ha abandonado, adquiriendo una apariencia de protesta frente a los poderes establecidos que refuerza su atractivo y su legitimación.

4.

Más allá de los likes: una reflexión final

Si algo muestran estos resultados es que el debate público sobre el feminismo ya no se juega únicamente en parlamentos, medios de comunicación o espacios activistas. Se construye en los márgenes de la política, en espacios de entretenimiento donde las fronteras entre lo personal y lo político son cada vez más difusas.

Esto plantea un desafío importante. Si los *influencers* no están diseñados para informar, sino para conectar, entretener y generar *engagement*, ¿qué ocurre cuando se convierten en actores centrales en la formación de opiniones políticas?

La evidencia sugiere que no estamos ante un escenario de persuasión masiva, sino de intensificación. Los *influencers* no crean divisiones desde cero, pero sí contribuyen a profundizarlas. En un contexto donde la igualdad de género sigue siendo un terreno de disputa, esto implica que las redes sociales no solo reflejan el conflicto, sino que contribuyen activamente a estructurarlo.

Entender este proceso es clave. Porque, en última instancia, no se trata solo de quién tiene más seguidores o más *likes*, sino de cómo se construyen las emociones colectivas que sostienen –o cuestionan– los avances hacia la igualdad. ■

Bibliografía

Abidin, C. (2016). «Aren't these just young, rich women doing vain things online?»: Influencer selfies as subversive frivolity. *Social Media + Society*, 2(2).

Fraille, M., Tirado Castro, A. y Zuluaga, P. (2025). Beyond Likes: The Role of Influencers in Promoting Views about Feminism and Anti-feminism in Spain. *Politics & Gender*, 21(4), 847-873.

Valeriani, A. y Vaccari, C. (2016). Accidental exposure to politics on social media as online participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom. *New Media & Society*, 18(9), 1857-1874.

Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge University Press.

Zuluaga, P., Tirado Castro, A. y Fraille, M. (2026). Voces digitales: influencers y la difusión de narrativas antifeministas en España. *La reacción neomachista tras la cuarta ola feminista*, 107.

La tecnología en disputa: ¿la inteligencia artificial como nuevo espacio de desigualdad?



POR *Irene Adán Sánchez-Infantes*

Personal investigador en formación. Facultad de Filosofía,
Universidad Complutense de Madrid

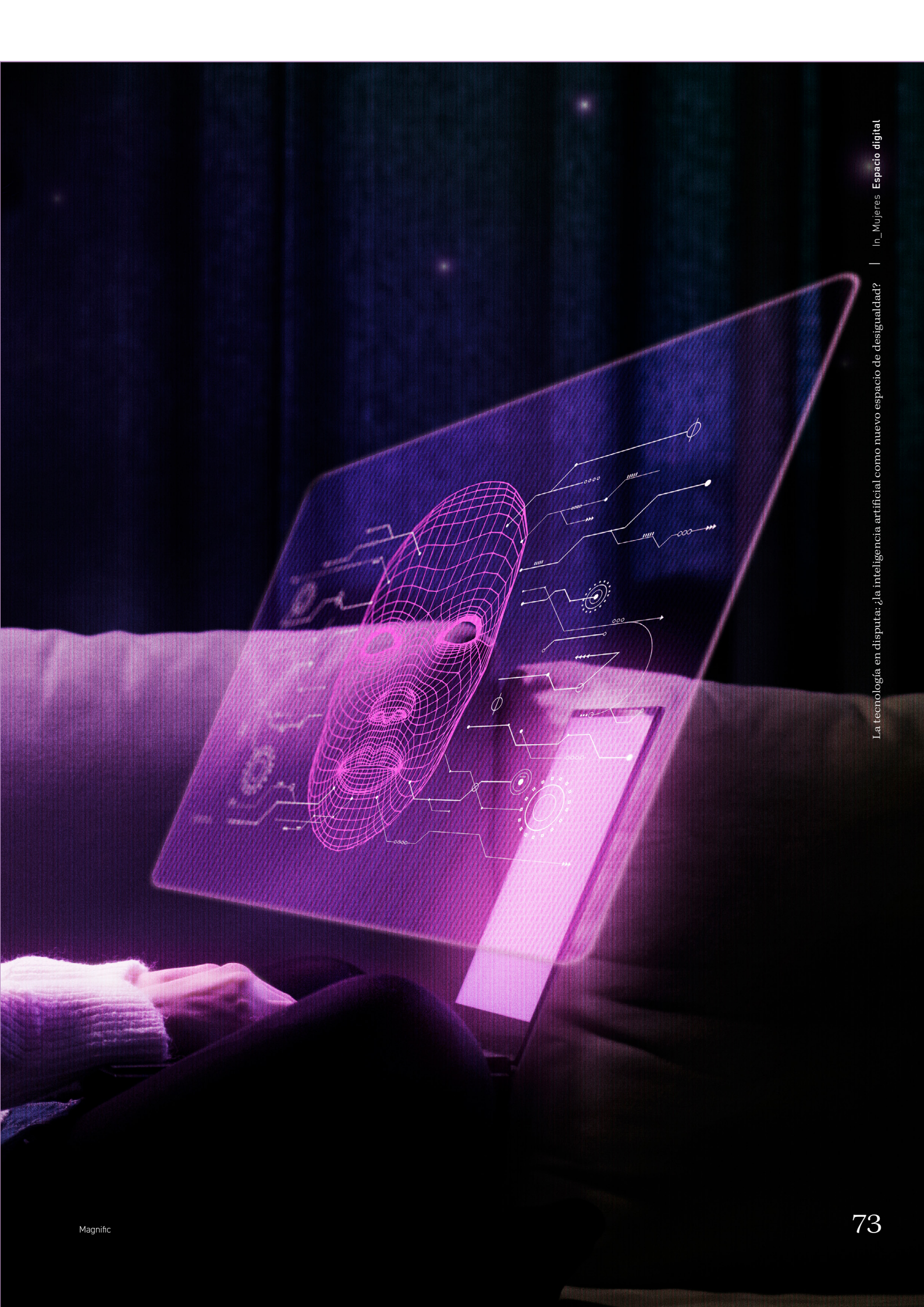
En los últimos años, hemos asistido a una explosión de los sistemas de inteligencia artificial, así como a una creciente preocupación por cómo dichos sistemas pueden exacerbar, reproducir o cuestionar las relaciones de poder existentes. Esto nos hace plantearnos ciertas preguntas: quiénes diseñan la tecnología, para quién y con qué fines. Considero necesario partir de esta idea para dar cuenta de que la preocupación feminista por la tecnología en general y por la inteligencia artificial en particular no nace del vacío.

Por qué la tecnología es objeto de interés para los feminismos

Las relaciones entre *género* y *tecnociencia* han sido objeto de interés para las investigaciones feministas desde comienzos de la década de los setenta del siglo XX. Siguiendo a Judy Wajcman (1991), el interés por la *política sexual* de la ciencia surge en el movimiento feminista contemporáneo ante una preocupación por la situación de las mujeres en el ámbito profesional.

Entre finales de los años sesenta e inicios de los setenta del pasado siglo hubo diversos debates acerca del uso

y abuso de la ciencia, dada la preocupación por la militarización, la contaminación y la búsqueda de lucro. Así pues, las primeras investigaciones desde una perspectiva feminista estuvieron dirigidas a rescatar a las mujeres de los archivos, reconociendo el papel que habían ocupado en la historia de la ciencia. Paulatinamente, las investigaciones se adentraron en examinar las dinámicas de discriminación que limitaban el acceso y la promoción en las instituciones científicas en posición de igualdad. Este enfoque, derivado de la *sociología del conocimiento*, puso el acento en las prácticas y valores que orientan

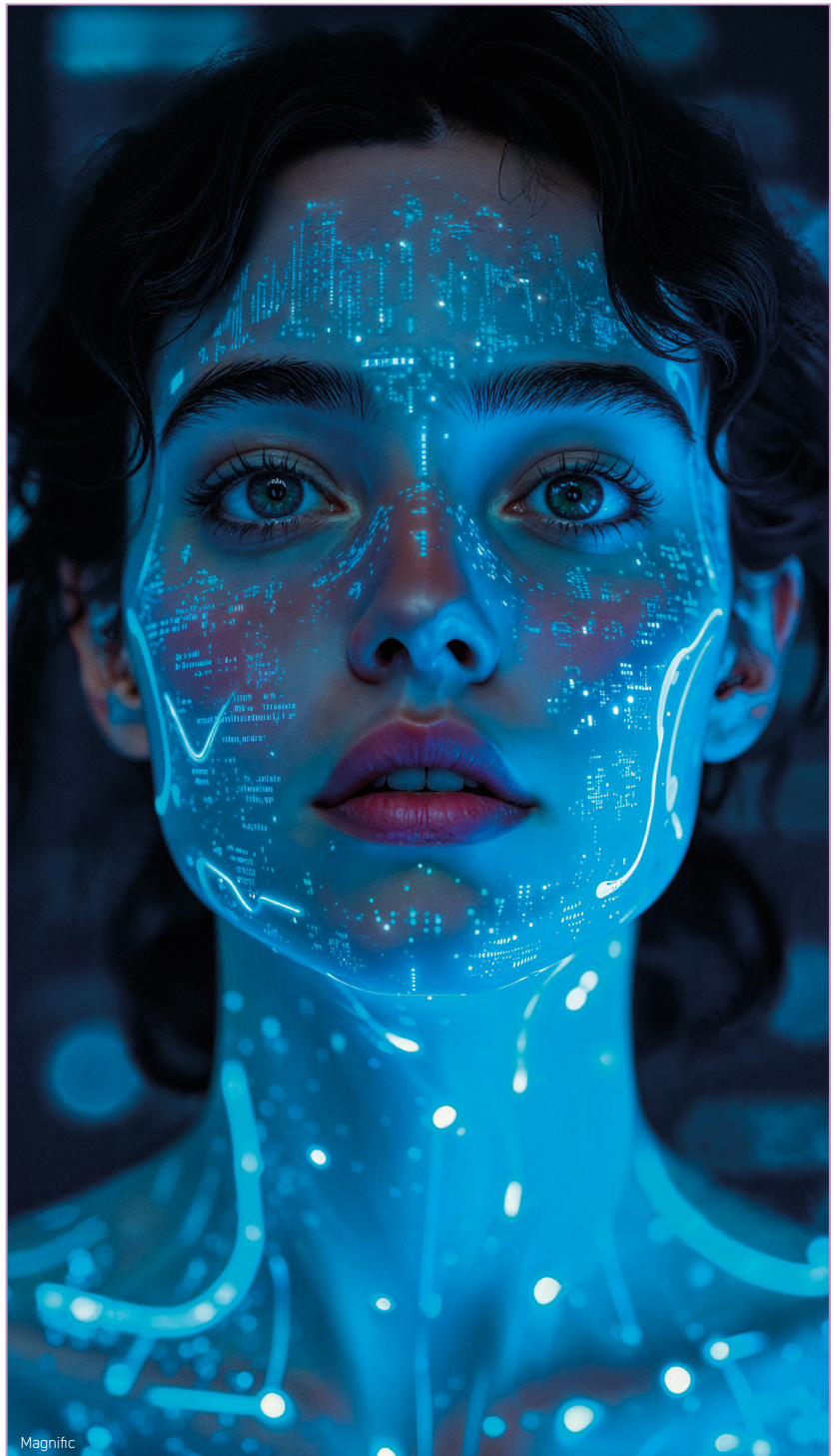


«La manera en la que definamos la inteligencia artificial afectará a cómo esta se gobernará, regulará y aplicará»

y permean la investigación científica, considerando una dimensión de género ausente hasta entonces. Por su parte, la crítica feminista de la ciencia pasaría de la pregunta por las *mujeres en la ciencia* a la pregunta por *la cuestión de la ciencia en el feminismo* (Harding, 1986; Wajcman, 1991).

Hacia finales de siglo, conforme crece el interés por la relación entre ciencia y sociedad en el mundo globalizado, la pregunta por la *tecnología* empieza a ocupar un lugar privilegiado en las investigaciones feministas: *¿Cuál es la relación entre el cambio social y la tecnología?* La tecnología está sujeta a cambio histórico. Esto es relevante para reflexionar sobre la cuestión que da título a este artículo: *¿Constituyen los sistemas automatizados y de inteligencia artificial un nuevo espacio de desigualdad?* Ante el *hype* de las herramientas de inteligencia artificial, las teorías feministas señalan y problematizan su impacto político y social (Browne et al., 2023). No obstante, las aproximaciones feministas a la tecnología son muy diversas y, a veces, dan lugar a tensiones, cruces e hibridaciones.

Por un lado, encontramos posturas más favorables a la emancipación a través de la tecnología, como puede observarse en el trabajo de Sulamith Firestone, *La dialéctica del sexo* –publicado en 1970, donde propone una emancipación de la gestación y el nacimiento gracias a los avances tecnológicos–, pasando por el tecnofeminismo o el *ciberfeminismo* hasta extenderse a otras formas de pensar la tecnocultura como el *xenofeminismo* –materialista, antinaturalista y abolicionista del género– o el *feminismo*



Magnific

glitch –que problematiza y cuestiona la construcción binaria de los cuerpos, reivindicando el *glitch* o el error en el perturbado sistema social, cultural, racial, sexual y económicamente estratificado–, entre otros muchos¹.

Por otro lado, desde posturas ecofeministas encontramos la búsqueda de la reconciliación con la vulnerabilidad del cuerpo y su cuidado, junto con críticas contra los valores patriarcales de dominación masculina de la tecnología y de identificación de las mujeres con la naturaleza². Los estudios CTS (Ciencia, Tecnología y Sociedad) fueron impulsados en parte por el análisis de grupos ecofeministas sobre las patologías producidas por la intervención médica (Puleo, 2023). En definitiva, las relaciones entre cuerpo, tecnología y ecología –desde perspectivas muy diversas y no siempre compatibles– ocupan un lugar privilegiado en la teoría y crítica feministas.

Desde qué aspectos se comprende la IA: de la tierra a la discriminación

Cuestiones como la degradación medioambiental, el empleo o la guerra anteriormente mencionadas resurgen hoy en paralelo a la *carrera global de la IA* (Mollen et al., 2026). Frente a la convicción de que el progreso tecnológico dará lugar a una mayor justicia social, hemos de situar estas tecnologías en relación con formas de discriminación como el colonialismo, el racismo y el neoliberalismo.

Cuando hablamos de formas de discriminación, hemos de tener en cuenta

que las categorías sociales no operan de forma aislada. Esto es lo que en estudios sobre interseccionalidad se denomina crítica al análisis unidimensional: al analizar las relaciones de poder no podemos separar categorías sociales como el género, la racialización, la clase, la sexualidad, la edad, la discapacidad, etc. Estas interactúan de manera continua y simultánea, no se pueden sumar ni separar claramente, sino que se constituyen mutuamente (Jenkins et al., 2025). Dentro de estas relaciones hemos de considerar el papel que ocupa la tecnología en sus diversas dimensiones.

Atendiendo a su dimensión corpórea y material, diversas investigaciones señalan el impacto de la inteligencia artificial sobre el territorio, la industria minera y el cambio climático en las distintas etapas de conformación, distribución, uso y desecho.

Por ejemplo, en *Atlas de IA. Poder, política y costes planetarios de la inteligencia artificial*, la académica australiana Kate Crawford ofrece una provocadora comparación entre el atlas y la inteligencia artificial. Crawford toma la metáfora visual-espacial del atlas como artefacto híbrido entre ciencia y arte que cuenta una historia de fronteras, poder y dominio que nos permite poner a la inteligencia artificial en relación con los Estados, las instituciones y las grandes corporaciones. Pasando por la tierra, el trabajo, los datos, la clasificación, las emociones y el Estado, Crawford propone una visión amplia de la inteligencia artificial como industria de extracción a escala planetaria: «La

creación de los sistemas de IA contemporáneos depende de la explotación de los recursos energéticos y mineros del planeta, de la mano de obra barata y los datos a gran escala» (Crawford, 2023, p. 38).

Por su parte, en *Follow the thing: AI*, Ana Valdivia (2026) cuestiona la fetichización de la inteligencia artificial y propone un mayor énfasis en las infraestructuras de la IA como *sistemas sociotécnicos*. Sugiere que la manera en la que definamos la inteligencia artificial afectará a cómo esta se gobernará, regulará y aplicará. Al hablar de inteligencia artificial, empleamos un término sin duda amplio y hasta cierto punto vago. Aquello que denominamos inteligencia artificial se constituye de un conjunto de tecnologías, infraestructuras, materiales y fuerza de trabajo humana. La manera en la que nos aproximemos a la tecnología repercutirá en los temas que se visibilizan (por ejemplo, los usos y aplicaciones en busca de una mayor eficiencia), mientras que otros quedan invisibilizados (como los materiales, los datos, la infraestructura y las relaciones de producción capitalistas y neocoloniales que atraviesan y conforman la inteligencia artificial).

Cuando hablamos de sesgos y discriminación a causa del acceso a la IA y de su uso, hablamos de exclusiones y desequilibrios profundamente arraigados en nuestra sociedad, por lo que hablar de mitigarlos y eliminarlos no es sencillo. Por ejemplo, la relación entre el rostro y el aprendizaje automático se ha señalado de manera crítica en la medida en que incorpo-

¹ El término ciberfeminismo se desarrolla en la década de los noventa por parte del colectivo VSN Matrix y la teórica cultural Sadie Plant, tomando el prefijo de la obra *Cybernetics* (1948) de Norbert Wiener y de *Neuromancer* (1984) de William Gibson. Para más información sobre diversas formas de pensar la relación entre ciencia y tecnología (como el tecnofeminismo, el xenofeminismo o el feminismo glitch). Disponible en: Seu, M., Pierce, J. y Russell, L. (eds.). (2022). *Cyberfeminism index*. Inventory Press.

² Algunas de estas posturas, en ocasiones, han sido cuestionadas por ser consideradas esencialistas al asociar valores como el cuidado a una supuesta naturaleza de las mujeres. Es el caso, por ejemplo, de la crítica que el xenofeminismo realiza a la obra de las ecofeministas María Mies o Vandana Shiva. Para más detalles sobre la perspectiva ecofeminista y su relación con el cuerpo véase Puleo, A. (2023). *Cuerpo y ecofeminismo*. L. Alegre Zahonero, E. Pérez Sedeño y N. Sánchez Madrid (coords.). *Enciclopedia crítica del género* (pp. 81-87). Arpa Editores.

ra ciertas concepciones y asunciones sobre los rostros generizados y racializados. Encontramos taxonomías binarias, transexcluyentes y racistas. Asimismo, la disparidad en cuanto a la precisión de estos sistemas se ha destacado como una potencial forma de discriminación. En 2018, Joy Buolamwini y Timnit Gebru evaluaron los sesgos presentes en algoritmos y conjuntos de datos de análisis facial automatizado. En su trabajo *Gender Shades: Intersectional Accuracy Disparities in Commercial Gender Classification*, señalaron disparidades considerables en cuanto a la precisión de los sistemas comerciales de clasificación facial: los clasificadores

de rostros analizados funcionaron mejor en rostros masculinos que en femeninos, así como en rostros claros que en rostros más oscuros, mientras que el peor rendimiento se observó en rostros femeninos de piel oscura (Buolamwini y Gebru, 2018).

Frente a los intentos desde la industria por responder a la preocupación por los sesgos y tratar de corregirlos, Crawford considera un fracaso la manera de abordar cómo estos sistemas incentivan economías extractivistas:

Ciertamente, se pueden mejorar los diseños técnicos para que den cuenta de las formas en que sus

sistemas producen sesgos y resultados discriminatorios. Pero en el apuro por llegar a soluciones técnicas limitadas del sesgo estadístico, como si este fuera un remedio suficiente para los problemas estructurales más profundos, por lo general, se pasan por alto las preguntas más difíciles sobre por qué los sistemas de IA perpetúan desigualdad [...] Lo que subsiste es una asimetría permanente de poder, en la que los sistemas técnicos mantienen y amplían una desigualdad estructural, sin importar la intención de los diseñadores de datos. (Crawford, 2023, p. 207). ■



«Cuando hablamos de sesgos y discriminación a causa del acceso a la IA y de su uso, hablamos de exclusiones y desequilibrios profundamente arraigados en nuestra sociedad, por lo que hablar de mitigarlos y eliminarlos no es sencillo»

Conclusiones: acceso, uso y sostenibilidad

En conclusión, existe una tensión manifiesta entre la lógica de mercado y el progreso técnico continuo, que suelen priorizar la eficiencia y el crecimiento frente a la protección de datos, los derechos laborales, la justicia climática o la equidad. La inteligencia artificial manifiesta formas sistemáticas de desigualdad preexistentes (Crawford, 2023).

La práctica tecnocientífica es, a su vez, política, en un sentido amplio del término, en la medida en que depende de contextos económicos, sociales y políticos. Nuestra participación en la vida social, económica y cívica está profundamente mediada por la tecnología:

“Las tecnologías no se despliegan en un espacio social vacío, sino que son parte de negociaciones complejas y llenas de fricción con resultados inciertos. Sin embargo, los múltiples daños a las comunidades y entornos a lo largo de la cadena de suministro de la IA tienden a ser ignorados, mientras que los impactos ambientales y sociales de la IA se minimizan frente al potencial de beneficios futuros.” (Mollen *et al.*, 2026, p. 3 [traducción]).

Cuando hablamos de inteligencia artificial, aludimos a sistemas que afectan a nuestra vida social, influyen en nuestra toma de decisiones y en nuestro comportamiento. Al hablar de la inteligencia artificial como posible *espacio de desigualdad*, hemos de dar cuenta de que las tecnologías no son producidas en espacios vacíos. Esto supone cuestionar, en primer lugar, que las soluciones deban ser «meramente» tecnológicas. No existen desarrollos ni prácticas tecnológicas que no atiendan a principios, valores normativos o circunstancias geopolíticas y económicas, tanto en las cadenas de producción de la IA (desde la extracción minera hasta el reciclado de los recursos materiales que la conforman) como en los usos y aplicaciones de esta.

Orientar nuestras decisiones políticas basándonos en la búsqueda de eficiencia y maximización de beneficios sin tener en cuenta formas de desigualdad preexistentes es una acción dirigida al fracaso comunitario y colectivo, con enormes costes planetarios y sociales. La tecnología es un espacio en disputa, debate y elaboración permanente.

Bibliografía

Browne, J., Cave, S., Drage, E. y McInerney, K. (eds.). (2023). *Feminist AI: Critical perspectives on data, algorithms and intelligent machines*. Oxford University Press. Disponible en: <https://doi.org/10.1093/oso/9780192889898.001.0001>

Buolamwini, J. y Gebru, T. (2018). Gender shades: Intersectional accuracy disparities in commercial gender classification. *Proceedings of Machine Learning Research*, 81, pp. 77-91.

Crawford, K. (2023). *Atlas de IA: Poder, política y costes planetarios de la inteligencia artificial*. Ned Ediciones.

Harding, J. (1986). *The Science Question in Feminism*. Cornell University Press.

Jenkins, K., Cull, M., Haslanger, S. y Ásta (2025). «Feminist Metaphysics». En: E. N. Zalta y U. Nodelman (eds.). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2025). Metaphysics Research Lab, Stanford University. Disponible en: <https://plato.stanford.edu/archives/spr2025/entries/feminism-metaphysics/>

Mollen, A., Jansen, F., Kannengießer, S. y Velkova, J. (eds.). (2026). *AI infrastructures and sustainability*. Palgrave Studies in European Communication Research and Education. Disponible en: https://doi.org/10.1007/978-3-032-09748-4_1

Puleo, A. (2023). «Cuerpo y ecofeminismo». En: L. Alegre Zahonero, E. Pérez Sedeño y N. Sánchez Madrid (coords.). *Enciclopedia crítica del género* (pp. 81-87). Arpa Editores.

Seu, M., Pierce, J. y Russell, L. (eds.). (2022). *Cyberfeminism index*. Inventory Press.

Valdivia, A. (2026). *Follow the thing: AI*. En A. Mollen, F. Jansen, S. Kannengießer y J. Velkova (eds.). *AI infrastructures and sustainability: Expanding perspectives on automation, communication and media* (pp. 31-49). Springer Nature Switzerland. Disponible en: https://doi.org/10.1007/978-3-032-09748-4_2

Wajcman, J. (1991). *Feminism confronts technology*. Polity Press.

Mujeres en cifras

VIOLENCIA DIGITAL

USO DE REDES SOCIALES

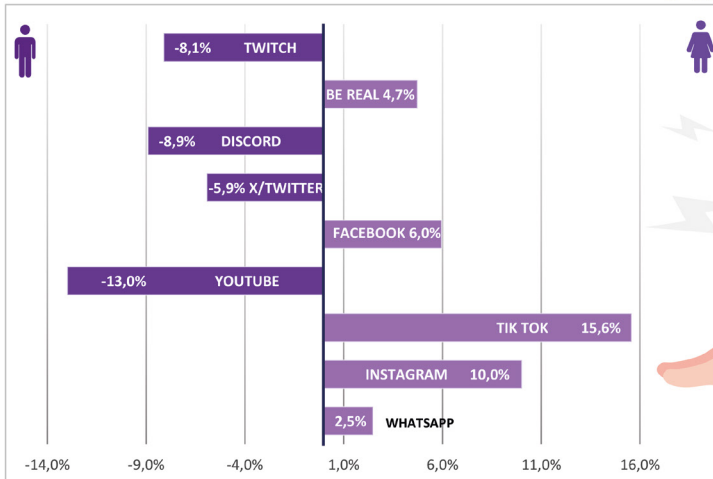
Las mujeres jóvenes **usan más las redes** que los hombres:

Brecha de uso en edades de 15-34 años

55,0%
48,6%

La brecha crece:
En Instagram **(+10,0 p.p.)**.
En TikTok **(+15,6 p.p.)**.

*pp = puntos porcentuales



VIOLENCIA SEXUAL DIGITAL

70% de las víctimas de ciberdelincuencia sexual **son mujeres**.

97% de las personas detenidas o investigadas **son hombres**.

1 DE CADA 3

mujeres de **16 a 19 años** ha recibido contenido íntimo o sexual sin su consentimiento.

El 18,8% ha sido acosada por un adulto cuando era menor de edad (4,2 pp más que los hombres).

*pp = puntos porcentuales



CONTROL Y AGRESIONES

23,6% de las jóvenes ha sufrido **3 o más** formas de **violencia sexual digital**.

16,4%

se ha visto **PRESIONADA** para hacerse fotos o videos de carácter sexual.



TELÉFONO MÓVIL Y CONTROL

32,1% afirma que su pareja se enfada si no responde de inmediato.

El 27,3% revisa el móvil a su pareja



HUELLA EMOCIONAL

La **violencia sexual digital** deja, sobre todo:

36,7% Vergüenza

33,0% Ansiedad

29,9% Miedo



56,7% de las jóvenes **no lo cuenta** por vergüenza o incomodidad.



MISOGINIA DIGITAL

Más de la mitad de la **juventud** siente que ahora **se discrimina a los hombres**.

Entre los menores de **25 años** crece la identificación con **discursos antifeministas**.



ACOSO EN LÍNEA

3 DE CADA 4 mujeres periodistas han sufrido **violencia en línea**.

1 DE CADA 4 ha recibido **amenazas físicas** o de muerte.



65%

de las jugadoras de videojuegos ha vivido **situaciones tóxicas**.



19%

reconoce **impacto** en su salud mental.



Índice de autoría y contenidos

Cristina Hernández Martín

Palabras de la directora

María González Veracruz

Igualdad real.

Igualdad digital

Proyecto UNA

La amenaza de los derechos
de las mujeres en el espacio
digital ayer y hoy

OIM

¿Qué es el Observatorio
de la Imagen de las Mujeres
(OIM)?

Carla Vall i Duran

Sobre el machismo
y la misoginia en la era digital

Nuria Alabao

El peaje invisible: quién
puede hablar en el espacio
público digital

María Sefidari Huici

Patricia Horrillo Guerra

La batalla invisible: mujeres
y conocimiento en Wikipedia

Berta Gómez Santo Tomás

Retos y desafíos que encuentran
las mujeres en el espacio digital:
enfrentar la violencia para hacer
comunidad

Laia Serra Perelló

Alianzas frente a las violencias
digitales

Marta G. Franco

Cómo conseguir que todas
encontremos nuestra fiesta
en Internet

Lydia Delicado-Moratalla

La pornografía digital
en el capitalismo de plataforma

Alejandro Tirado

Marta Fraile

Paula Zuluaga

Influencers y feminismo:
cómo se construye la opinión
pública en la era digital

Irene Adán Sánchez-Infantes

La tecnología en disputa:
¿la inteligencia artificial como
nuevo espacio de desigualdad?