

# Sexismo digital

## colección «COMUNICACIÓN Y GÉNERO»

Colección dirigida por:

Leonarda García-Jiménez (Universidad de Murcia).

Amparo Huertas-Bailén (Universitat Autònoma de Barcelona).

Teresa Vera-Balanza (Universidad de Málaga).

Lucía Benítez Eyzaguirre  
(Editora)

# Sexismo digital

Los riesgos de las tecnologías digitales  
para los derechos de las mujeres



SALAMANCA  
2025

1ª edición: Salamanca (España), 2025.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o

en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

De los textos: © *by* Los Autores, 2025

Revisión general de la obra: Pedro J. Crespo  
Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:  
© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR Y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2025).

Contacto:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Taller editorial y almacén:

c/ Escuelas, 16. 49130 Manganesos de la Lampreana (Zamora, España).

[info@comunicacionsocial.es](mailto:info@comunicacionsocial.es)

<https://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-10176-05-8

Depósito Legal: DL S 74-2025

Impreso en España. *Printed in Spain*

# Sumario

<b>Prólogo</b> , <i>por Emilia Gómez</i>	7
<b>Introducción. Sexismo digital: la cultura patriarcal en el entorno tecnológico</b> <i>por Lucía Benítez-Eyzaguirre</i>	11
<b>1. El papel de los datos en la IA. Problemas y retos</b> , <i>por Marta Regina Cano</i>	17
1.1. Introducción	17
1.2. Los datos y la IA desde un enfoque de género	18
1.3. Importancia de los datos. Datos y sexismo digital	25
1.3.1. Problemas en los datos	32
1.3.2. Privacidad y uso ético de los datos	41
1.4. Conclusión	46
1.5. Referencias	48
<b>2. La representación de la mujer en la esfera virtual. Una creación de identidades deportivas desde la hegemonía masculina</b> , <i>por Paloma Sanz-Marcos;</i> <i>Guadalupe Meléndez González-Haba</i>	51
2.1. Introducción	51
2.1.1. Estereotipos y formación de identidad	54
2.1.2. Deportes y videojuegos, esferas reservadas al hombre	55
2.1.3. La representación femenina en la esfera virtual deportiva	57
2.2. Metodología	59
2.3. Resultados	61
2.4. Conclusiones	66
2.5. Referencias	72

<b>3. Maternidades en disputa, tecnología y poder,</b>	
<i>por Salomé Sola-Morales</i>	77
3.1. Introducción	77
3.2. La mística maternal como estrategia de control social	79
3.3. Maternidad, tecnología y poder	82
3.3.1. Vigilancia, extractivismo de datos en las aplicaciones de fertilidad y embarazo	83
3.3.2. Ciberactivismo contra la violencia obstétrica	90
3.4. Sexismo digital en comunidades digitales de apoyo a la lactancia	94
3.5. Conclusiones	97
3.6. Referencias	99
<b>4. La voz esclava de las máquinas parlantes: cosificación y sexismo digital en las asistentes virtuales,</b>	
<i>por Lucía Benítez-Eyzaguirre</i>	105
4.1. Artefactos relacionales	105
4.2. Los imaginarios sexistas de la tecnología y del futuro	108
4.3. La Mujer Interfaz	110
4.4. El cuerpo de la voz	113
4.5. Insultos y acoso verbal a las asistentes virtuales	116
4.6. La experiencia usuaria sobre las asistentes virtuales	121
4.7. Reprogramar el género	125
4.8. Conclusiones	127
4.9. Referencias	131
<b>5. Impacto y desafíos del uso de algoritmos de programación, almacenamiento y recuperación de datos. Un análisis desde la perspectiva de género,</b>	
<i>por Rut Delgado Bancalero</i>	139
5.1. Las mujeres en la tecnología	139
5.1.1. Datos, algoritmos y sesgos	143
5.2. La Inteligencia Artificial (IA)	148
5.2.1. La toma de decisiones automatizada	152
5.2.2. Ética y regulación de la Inteligencia Artificial (IA)	157
5.2.3. Perspectiva de género y experiencia usuaria	161
5.3. Conclusiones	164
5.4. Referencias	166

## Prólogo

Tuve la suerte de conocer a la Dra. Lucía Benítez Eyzaguirre en uno de los encuentros anuales del nodo andaluz de la AMIT, la Asociación de Mujeres Tecnólogas, nodo presidido por la Dra. Susana Gaytán, y que tuvo lugar en la Casa de la Ciencia de Sevilla en marzo de 2024 bajo el lema «Mujeres en la tecnología y la ciencia: presente y pasado sembrando futuro». En dicho evento tuve el honor de participar impartiendo una conferencia inaugural sobre mujeres y la inteligencia artificial (IA), donde hice un resumen de los sesgos de género que existen en este tipo de tecnologías y cuáles deberían ser los pasos para mitigarlos para una IA justa para las mujeres.

En la ronda de preguntas y posterior discusión, pude constatar cómo las científicas allí presentes, desde sus diversos ámbitos de investigación, han estudiado y sido testigos de efectos similares a los que yo explicaba para la inteligencia artificial: la presencia minoritaria de la mujer en el ámbito de la tecnología se refleja en el sesgo que dichas tecnologías presentan para las mujeres que las van a usar. Tanto en los datos como en los algoritmos o el diseño de productos, el sesgo de género tiene un efecto negativo en la igualdad, ya

que causa la propagación de estereotipos de género y la denominada discriminación algorítmica. Y más allá de la discriminación, las tecnologías suponen una amenaza para otros derechos fundamentales de las mujeres.

Pude una vez más constatar que tenemos mucho por hacer, y que es esencial seguir fomentando la presencia de la mujer en el ámbito de la IA, tanto en su estudio como en su desarrollo, desde las diferentes disciplinas y ámbitos involucrados. Y para fomentar su presencia es crucial la divulgación y la toma de consciencia, tanto por parte de mujeres como hombres. También en este encuentro pude constatar que la mayoría de la literatura sobre diversidad de género en tecnologías digitales está en inglés, y no es siempre accesible para lectores de áreas o contextos educativos o científicos donde se trabaja en nuestra lengua materna.

Por eso cuando Lucía me habló del libro que estaban preparando sobre *sexismo digital* y de su contenido, me pareció que era muy necesario. Tanto el concepto como el contenido y los diferentes capítulos que en él se contienen sacan a la luz los riesgos que presentan las tecnologías digitales a los derechos de las mujeres. Y cuando me propuso escribir el prólogo, acepté encantada de hacerlo. Definitivamente este libro toca una temática de la que falta documentación científica, recursos y herramientas prácticas. El libro aborda diferentes ámbitos y temas, de los que me gustaría resaltar algunos que personalmente me interesan.

Otro aspecto de la igualdad de género relevante que el libro también aborda es el sesgo presente en la IA, y el papel relevante que tienen los datos que son como

su gasolina o energía, aspecto tratado por Marta Cano en el Capítulo 1. Los sesgos o estereotipos que tenemos en los datos se reflejan luego en los *algoritmos y productos*, como describe Rut Delgado Bancalero en el Capítulo 5, que —al utilizarse en entornos con gran impacto como la educación, el entorno laboral o la inmigración— pueden tener efectos de discriminación. Este es uno de los retos que aborda la nueva ley europea de IA que ha entrado en vigor en 2024: la eliminación de estas fuentes de discriminación en los productos antes de ponerlos en el mercado.

Y por supuesto encontré interesantísimo el tema de la *maternidad* y la relación con las tecnologías digitales y el poder, tratados por Salomé Sola-Morales en el Capítulo 3, donde se discute el rol de las herramientas tecnológicas y su impacto en las mujeres en esta etapa tan importante de nuestras vidas, y la necesidad de proteger sus derechos fundamentales, su libertad, su privacidad y su seguridad cuando se usen dichas tecnologías. Todas las fases de la vida de una mujer están hoy mediadas por la tecnología y se tienen que desarrollar productos fiables y diseñados con y para el bienestar de las mujeres.

También en la esfera personal, sabemos que las mujeres son especialmente el objetivo de ataques en los medios de comunicación y las redes sociales, y cómo la representación de la mujer en internet afecta a sus carreras profesionales en ámbitos como el deporte, tema abordado por Paloma Sanz-Marcos y Guadalupe Meléndez González-Haba en el Capítulo 2.

Finalmente, encuentro muy interesante el Capítulo 4, donde Lucía Benítez-Eyzaguirre aborda un espec-

to muy relevante, esto es, cuando la tecnología toma cuerpo o voz y cómo esas voces de asistentes virtuales propagan estereotipos, cambian emociones, y suponen un reto a nuestra privacidad.

En resumen, creo que este libro proporciona una visión muy completa, desde diferentes perspectivas y visiones, al conocimiento que tenemos actualmente sobre el impacto negativo que tienen las tecnologías digitales en la mujer actualmente. Que no son pocos... Desde la discriminación a la violencia, necesitamos continuar trabajando para desarrollar tecnologías que, antes de ponerse en el mercado, puedan ser evaluadas para diagnosticar los riesgos para los derechos de las mujeres y desarrollar estrategias eficaces para su mitigación.

Por eso estoy segura de que este libro tendrá un impacto muy positivo y se convertirá en un referente en este ámbito.

*Emilia Gómez*

Investigadora del Centro Común de Investigación de la Comisión Europea en Sevilla y profesora invitada de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona.

# Introducción

## Sexismo digital: la cultura patriarcal en el entorno tecnológico

Lucía Benítez-Eyzaguirre  
Universidad de Cádiz

El *sexismo digital* es un fenómeno que va más allá de actitudes o prácticas sexistas en las plataformas digitales; se refiere a cómo la propia tecnología reproduce y amplifica desigualdades de género que ya existen en la sociedad. Lo preocupante es que esta discriminación es, en muchos casos, imperceptible tanto para las personas usuarias como para la opinión pública, los responsables políticos y el sector tecnológico. Desde su origen, la tecnología ha estado construida sobre bases patriarcales que priorizan los valores masculinos de competencia, control y racionalidad, excluyendo a las mujeres y otras identidades diversas de la creación, el diseño y el control de los avances tecnológicos.

Un ejemplo claro de esta exclusión estructural se observa en la gestión de los datos y los algoritmos, como analiza Marta Cano en el Capítulo 1, «El papel de los datos en la IA. Problemas y retos». Los datos que alimentan los sistemas de Inteligencia Artificial (IA) suelen estar sesgados debido a que reflejan patrones históricos de desigualdad. Esto lleva a que las decisiones automatizadas perpetúen los mismos prejuicios, afectando, por ejemplo, la selección de personal o las reco-

mendaciones en plataformas digitales. El uso de estos datos sin una reflexión ética adecuada tiene consecuencias graves, como la discriminación en la contratación de mujeres o en la oferta de productos y servicios.

Además, la cultura patriarcal también se manifiesta en cómo la representación de las mujeres en el entorno digital es limitada y estereotipada. Un área en la que esto se ve claramente es en los deportes y los videojuegos, espacios históricamente reservados para los hombres. En el Capítulo 2, «La representación de la mujer en la esfera virtual. Una creación de identidades deportivas desde la hegemonía masculina», Paloma Sanz-Marcos y Guadalupe Meléndez González-Haba exponen cómo los personajes femeninos en los videojuegos y las figuras deportivas digitales suelen ser presentados desde una perspectiva sexualizada o como roles secundarios. Esto refuerza estereotipos de género que reducen la participación activa de las mujeres y consolidan la idea de que estos espacios son masculinos por naturaleza.

Otra área donde el sexismo digital se hace evidente es en los asistentes virtuales, como Alexa o Siri, que son programados con voces femeninas que refuerzan estereotipos de servidumbre y sumisión. En el Capítulo 4, «La voz esclava de las máquinas parlantes. Cosificación y sexismo digital en las asistentes virtuales» abordo cómo estas interfaces no solo reproducen un patrón de comportamiento subordinado, sino que también son víctimas de acoso verbal por parte de los usuarios, lo que refleja una violencia simbólica presente en la interacción digital. Estos asistentes virtuales perpetúan la idea de que las mujeres están para

servir, un concepto profundamente enraizado en la cultura patriarcal.

El sexismo digital también afecta de manera directa la autonomía y empoderamiento de las mujeres, ya que refuerza una barrera de género en el acceso a la tecnología. Esto tiene raíces en la educación, donde las niñas y mujeres reciben menos apoyo para entrar en áreas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), y se perpetúa en el entorno laboral, donde las mujeres son discriminadas en la contratación y tienen menos acceso a redes profesionales. Como muestra Rut Delgado Bancalero en el Capítulo 5, «Mujeres y tecnología. Análisis de los procesos algorítmicos desde la perspectiva de género», esta exclusión se amplifica en la IA, donde los algoritmos que impulsan la toma de decisiones suelen favorecer a los hombres debido a los datos sesgados en los que se basan.

La tecnología también tiene un papel relevante en la vivencia de la maternidad. Salomé Sola-Morales, en el Capítulo 3, «Maternidades en disputa: tecnología y poder», explora cómo la tecnología refuerza los estereotipos tradicionales en torno a la maternidad, presentando a las mujeres como responsables exclusivas del cuidado, mientras se las margina en el ámbito profesional y tecnológico. Este enfoque limita el acceso de las madres a roles de liderazgo e innovación tecnológica, perpetuando la idea de que el rol principal de la mujer está en el ámbito doméstico.

Un aspecto central del sexismo digital es el sesgo algorítmico, que afecta a la experiencia de uso en redes sociales, sistemas de contratación y hasta en el consumo de contenidos. Los algoritmos que recomiendan

productos o perfiles tienden a favorecer a los hombres, amplificando su visibilidad en plataformas como YouTube o Twitter. Este sesgo no es casual; como señala Rut Delgado, se basa en datos que ya contienen prejuicios de género, lo que implica que las mujeres creadoras y sus contenidos tengan menos oportunidades de alcanzar la misma relevancia que los de sus contrapartes masculinas. Además, estos algoritmos se utilizan en sistemas de toma de decisiones automatizadas, como en la contratación laboral, perpetuando la desigualdad estructural.

El diseño tecnológico contribuye a la perpetuación de este sexismo. Muchos productos y aplicaciones se desarrollan sin tener en cuenta las necesidades de las mujeres, lo que genera soluciones tecnológicas que no son inclusivas. Por ejemplo, las aplicaciones de salud no suelen contemplar variables relacionadas con el cuerpo y la salud femenina, como explica Marta Cano en su análisis. Además, el diseño de los sistemas de privacidad y seguridad tiende a ignorar los riesgos específicos que enfrentan las mujeres en línea, como el ciberacoso o la pornovenganza. Esto crea un entorno hostil que limita su participación en plataformas digitales y las hace más vulnerables a ataques.

Finalmente, el impacto social de todo esto es considerable. La exclusión de las mujeres de la tecnología no sólo les impide acceder a empleos bien remunerados y roles de liderazgo, sino que también refuerza una narrativa en la que la innovación tecnológica se presenta como un logro masculino, asociado con la competitividad y el individualismo. Esta

visión, alimentada por la cultura *brogrammer*, promueve ambientes laborales tóxicos que desalientan la diversidad y perpetúan el dominio masculino en la tecnología.

El sexismo digital es un fenómeno complejo que abarca múltiples dimensiones de la vida cotidiana, desde la representación en la esfera digital hasta la creación de algoritmos y el diseño de productos. Las contribuciones de las mujeres, aunque fundamentales, han sido históricamente invisibilizadas o desvalorizadas. Para cambiar esta realidad, es necesario fomentar un diseño inclusivo, crear políticas que promuevan la igualdad de género en la tecnología y desarrollar una conciencia crítica que cuestione los sesgos y estereotipos presentes en el mundo digital.