

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 16, año 2023. URL: [espejodemonografias.comunicacion-social.es](http://espejodemonografias.comunicacion-social.es)

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-65-5

Investigación en comunicación y feminismo.  
Debates en torno a la producción, usos y trayectorias  
en el siglo XXI (2023)

Inmaculada Postigo Gómez; Teresa Vela Balanza (editoras)

## Separata

## Capítulo 7

### Título del Capítulo

«Escenarios sonoros feministas»

### Autoría

Teresa Piñeiro Otero;  
Ruth de Frutos García;  
Paloma López Villafranca

### Cómo citar este Capítulo

Piñeiro Otero, T.; de Frutos García, R.;  
López Villafranca, P. (2023): «Escenarios  
sonoros feministas». En Postigo Gómez,  
I.; Vera Balanza, T. (eds.), *Investigación en  
comunicación y feminismo. Debates en torno a  
la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI*.  
Salamanca: Comunicación Social Ediciones y  
Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-65-5

### D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c7.emcs.16.cyg1>



El libro *Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI* está integrado en la colección «Comunicación y Género» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

*Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI* aborda el diálogo en torno a las relaciones entre la comunicación y el género en el siglo XXI, donde el escenario digital nos dota de oportunidades de expansión del activismo y la praxis feminista, pero donde también se ha incrementado el número de canales de difusión de mensajes reactivos, misóginos, y, en no pocas ocasiones, de odio. Así, este itinerario por las redes sociales en torno a la diversidad de textos y propósitos dotan de unicidad al monográfico respecto al sentido construido y resignificado en las propias comunidades de interpretación, al describir el circuito completo que abarca la producción, la recepción, la recreación, la interpretación y la resignificación, en un constante rol en el que el receptor y productor de contenidos coinciden en el mismo individuo que alterna el papel en sus acciones (*produsage*).

Complementariamente, presentamos sendas reflexiones sobre las pautas, rutinas, condicionantes y dilemas que definen la investigación feminista. Una, sobre las condiciones de producción de la comunicación feminista, sus trayectorias, su consolidación, sus incentivos y sus limitaciones. Otra, imprescindible, sobre el impacto social del conocimiento al que contribuimos, su relación con las personas investigadas y sus testimonios, la explotación —en todos sus sentidos— de los resultados y el retorno del conocimiento a la sociedad.

# Sumario

<b>1. Introducción</b>	
<i>por Teresa Vera Balanza; Inmaculada Postigo Gómez.....</i>	<b>9</b>
<b>1. La investigación en feminismo y comunicación en España: criterios de evaluación, asignación de recursos y proyectos</b>	
<i>por Teresa Vera Balanza; Inmaculada Postigo Gómez; Alejandra Hernández Ruiz .....</i>	<b>23</b>
<i>Metodología .....</i>	<b>29</b>
<i>La inclusión de la perspectiva de género en la política de investigación, desarrollo e innovación en España .....</i>	<b>30</b>
<i>La progresión y relevancia de la carrera científica.</i>	
<i>Los sexenios y el techo del talento .....</i>	<b>37</b>
<i>Horizonte y retos para 2030.....</i>	<b>42</b>
<i>Referencias bibliográficas.....</i>	<b>46</b>
<b>2. Ilustrar el feminismo en Instagram. Las redes sociales como escenario de la agenda feminista</b>	
<i>por Esther Simancas González; Emelina Galarza Fernández; Inmaculada Sánchez-Labela Martín.....</i>	<b>49</b>
<i>Introducción. El feminismo, un asunto de interés institucional.....</i>	<b>49</b>
<i>La agenda feminista en las RR.SS. ....</i>	<b>56</b>
<i>Metodología.....</i>	<b>60</b>
<i>Resultados.....</i>	<b>63</b>
<i>Conclusiones .....</i>	<b>67</b>
<i>Referencias bibliográficas.....</i>	<b>70</b>

<b>3. La violencia que seremos: jóvenes y taxonomía de mensajes de odio en las redes</b>	
<i>por Lucia Sell Trujillo; Trinidad Núñez Domínguez;</i>	
<i>Carmen Romo Parra</i> .....	75
<i>Introducción. Jóvenes y violencia(s) de género en red</i> .....	75
<i>Los caminos de la investigación: apuntes metodológicos</i> .....	78
<i>La violencia que somos: Ataques, impacto, autorregulación e indicios de produsage</i> .....	82
<i>Sobre los ataques en las Redes Sociales</i> .....	82
<i>Sobre el impacto y autorregulación en las Redes</i> .....	91
<i>Sobre indicios de produsage</i> .....	96
<i>Conclusiones</i> .....	99
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	100
<b>4. De la otredad abstracta a las «otras mujeres»: dilemas éticos y metodológicos del uso de experiencias femeninas en los estudios culturales</b>	
<i>por Cilia Willem; Ignacio Moreno Sagarra;</i>	
<i>Iolanda Tortajada</i> .....	103
<i>Introducción</i> .....	103
<i>Feminismo y cultura popular</i> .....	106
<i>Las otras voces y la etnografía cultural feminista</i> .....	113
<i>Los peligros de la cercanía</i> .....	117
<i>Conclusiones</i> .....	120
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	123
<b>5. Polifonías de la memesfera feminista: entre el carnaval, la tecnopolítica y la contrahegemonía. Fanpages de feminismo geek en Facebook</b>	
<i>por Alejandra Nallely Collado Campos</i> .....	127
<i>Introducción</i> .....	127
<i>¿Por qué hablar de memes?</i> .....	129
<i>Lo digital es político</i> .....	133
<i>El carnaval feminista digital y la LOLítica</i> .....	137
<i>La propuesta metodológica</i> .....	140
<i>Polifonías de la memesfera feminista</i> .....	144
<i>Conclusiones</i> .....	152
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	155

<b>6. Resistencia algorítmica y discursos contra la violencia feminicida en las redes sociales. Estudios de género, narrativas digitales y visualidades analíticas</b>	
<i>por Virginia Villaplana Ruiz; Alejandra León Olvera</i> .....	157
<i>Introducción. Net-narcocultura y resistencia algorítmica</i> ..	157
<i>Propuesta metodológica: Estudiar la violencia y la resistencia algorítmica</i> .....	163
<i>Resultados. Comunicación política digital, resistencias feministas versus violencia estetizada</i> .....	170
<i>YouTube</i> .....	170
<i>TikTok</i> .....	177
<i>A manera de cierre</i> .....	181
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	186
<b>7. Escenarios sonoros feministas</b>	
<i>por Teresa Piñeiro Otero; Ruth de Frutos García;</i>	
<i>Paloma López Villafranca</i> .....	189
<i>Mujeres, acceso y empoderamiento digital</i> .....	189
<i>El podcasting como medio y estrategia para amplificar la voz</i> .....	193
<i>¿Por qué el feminismo necesita los podcasts?</i> .....	197
<i>Desbullando iniciativas sonoras</i> .....	201
<i>Reflexiones finales</i> .....	208
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	209



## Escenarios sonoros feministas

*Teresa Piñeiro Otero*  
Universidade Da Coruña

*Ruth de Frutos García*  
Universidad de Málaga

*Paloma López Villafranca*  
Universidad de Málaga

### *Mujeres, acceso y empoderamiento digital*

La imagen de las mujeres en los medios de comunicación está condicionada por su capacidad de decisión en los procesos de gestión, liderazgo y elaboración de contenidos.

Desde hace décadas, los estudios feministas han incidido en el papel de los medios en la transmisión de imágenes estereotipadas de género. Autoras como Jorge Alonso (2004) llevan años defendiendo la integración de las mujeres en los diferentes ámbitos de decisión como forma de erradicar este sesgo patriarcal a favor de representaciones más plurales y diversas.

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, 2020) concluye que las mujeres comprenden solo el 26% de los sujetos sobre los que se informa en los medios convencionales. Su presencia solo es mayoritaria en la sección de *género* y afines (70% en prensa, radio, televisión, y 75% en medios digitales). Respecto a la producción, la mayoría ocupan cargos de presen-

tadoras en televisión y radio (71% y 69%), pero apenas suponen el 25% en la creación de contenidos. Una presencia minoritaria, pero indispensable para cambiar el enfoque o proponer nuevas perspectivas y temáticas.

Otro de los aspectos que ha suscitado el interés de la academia ha sido la participación de las mujeres en los espacios de opinión de la prensa. Suárez y Ortega (2019) señalan que las mujeres, además de firmar pocas piezas, son siempre las mismas y carecen de representación en los grandes espacios destinados a invitados ilustres, como las tribunas.

De Miguel *et al.* (2019: 1829) reflexionan sobre las diferentes culturas periodísticas de hombres y mujeres para concluir que las periodistas españolas reconocen y sufren, en mayor medida, las presiones y constricciones de «las decisiones empresariales, por la censura, por los políticos y por los grupos de presión».

En la lucha de las mujeres por ser-actuar con independencia y por crear contenidos que no se rijan por las normas del sistema heteropatriarcal, las TIC se presentan como importantes aliadas. Sus potencialidades para la interacción, producción y difusión de contenidos han facilitado la conexión y colaboración conjunta en proyectos como *Mujeres en Red* (España), *Isis Internacional* y *CIMAC* (América Latina) y *Los Penélopes* (Francia). Más recientemente, la irrupción de la cuarta ola feminista ha supuesto una oportunidad para productos-medios alternativos, dada su articulación a través de redes sociales y medios tradicionales, así como de la participación en espacios virtuales.

Estas oportunidades fisuran «el mito de la masculinización de la tecnología». Las TIC permiten a las



mujeres convertirse en sujetos activos a través del aprovechamiento de sus potencialidades para el desarrollo de estrategias de aprendizaje, laborales, de autopromoción, para regular las diferentes esferas de su vida o establecer redes transnacionales de colaboración e intercambio de ideas (Cano, 2012; Vergés, 2013). Nuevas oportunidades surgen porque las feministas «han optado por estrategias alternativas para participar de manera activa y desde los medios de comunicación» (Gutiérrez *et al.*, 2015), aun sin olvidar la persistencia de una brecha digital de género que intersecciona con otras desigualdades y alimenta las diferencias en el uso de las tecnologías (Navarro, 2009: 197).

Desde el origen de internet, las teorías feministas en materia de tecnologías e identidades subalternas (Zafra, 2021, 2017, 2008; Aguilar, 2012; Butler, 2007; Haraway, 1991) han apuntado a que la clave de la objetivización de las mujeres y del colectivo LGBTIQ+ es hacerlas invisibles, silenciosas, pasivas y utilizables, lo que conlleva, *de facto*, formas de discriminación e incluso violencia, que se perpetúa también en el ámbito digital.

Las enseñanzas del *Manifiesto Cyborg* postulado por Donna Haraway (1985), el *Manifiesto Cyberfeminista* del grupo de artistas VNS Matrix, el Primer Encuentro Internacional Ciberfeminista de la Documenta X de Kassel, el Cybergrrl-ism o de las Old Boys Network (OBD) permitieron identificar las implicaciones ontológicas de la proliferación de subjetividades no hegemónicas en internet, fundamentales para anclar las bases del ciberfeminismo.

Si bien el desarrollo tecnológico e internet pueden facilitar la consecución de derechos, tales como el ac-

ceso a la información o la libertad de expresión de la ciudadanía global en general y de mujeres y colectivo LGBTIQ+ en particular, «es necesario considerar que su diseño y despliegue está atravesado por diferentes expresiones de sexismo y discriminación, afectando a la participación de mujeres en la sociedad, por medio del debate y la propuesta» (Derechos Digitales, 2021: 3).

Tal y como alertaba Irene Khan, Relatora Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión de Naciones Unidas, en su *Informe sobre justicia de género y libertad de opinión y expresión* (2021): «en la era digital, internet se ha convertido en el nuevo campo de batalla en la lucha por los derechos de las mujeres, ya que amplía las oportunidades que estas tienen para expresarse, pero también multiplica las posibilidades de represión».

Aquellas personas o colectivos que producen contenidos sobre feminismos y/o denuncian estas violencias digitales, como periodistas o activistas (Unesco, 2021; OSCE, 2021), van a ser víctimas de ataques en los que el género intersecciona y plantea desafíos atravesados, entre otros, por la clase y el territorio.

Frente a ellos, los movimientos feministas de la cuarta ola (Baumgardner, 2011) han promovido espacios seguros en internet para la interacción e intercambio de contenidos, así como para la denuncia de aquellos que atentan contra la igualdad, como principio básico de la democracia.

Las narrativas alternativas fraguadas al albor de las redes sociales y otras herramientas 2.0 permiten promover nuevos temas y enfoques, en contraposición de los hegemónicos medios convencionales, donde los

poderes fácticos invisibilizan a las mujeres y al colectivo LGBTIQ+. En los últimos años, la irrupción de espacios sonoros no tradicionales, como los pódcast o iniciativas en medios comunitarios, con contenidos feministas, invitan a reflexionar sobre aspectos teóricos y prácticos, posibilitando «su mayor participación y visibilidad en el discurso público al contar con herramientas precisas para el lanzamiento y difusión de sus demandas, así como para la consecución de apoyos en un contexto global» (Piñeiro-Otero, 2021: 231).

### *El podcasting como medio y estrategia para amplificar la voz*

Las mujeres han asumido un rol central en la transmisión oral condicionada a desigualdades de género respecto a relatos y contextos de recepción (Sanfilippo, 2007: 79) que se agudizarían con la irrupción de la radio. Así, a pesar de su participación en la radiodifusión desde el inicio (Hilmes, 1997; Marteles, 2006), las relaciones de poder y dinámicas discursivas del medio pronto serían un reflejo del orden patriarcal, con sus propias desigualdades.

La existencia de estereotipos vocálicos, y la errónea identificación de la fonogenia con las voces masculinas (Rodero; Larrea; Vázquez, 2013; Kloststad; Anderson; Peters, 2012) han limitado la participación de las mujeres en la radio o las han relegado a determinados espacios. Karpf (1987: 46) habla de un «*apartheid* de género» en la producción y escucha radiofónicas, que remite a la concepción tradicional del espacio: las mu-

jeres son situadas en el ámbito doméstico-privado por presentadores masculinos que operan desde lo público (Mitchel, 2000: 4). Este *apartheid* se ha reflejado en una concepción limitada, superficial y paternalista de las oyentes, como entes pasivos (Karpf, 1987: 47).

Aunque Mitchel (2000: xv) subraya un cambio cultural que ha llevado a la integración en los últimos años de presentadoras en los programas de mayor audiencia (Pepa Bueno o Ángels Barceló al frente del programa *Hoy por hoy*, Cadena SER, líder de la radio española), la incapacidad de la radiodifusión pública y comercial para satisfacer sus necesidades y demandas llevaría a las mujeres a buscar espacios alternativos para expresar y hacer escuchar sus voces, temáticas y enfoques.

La irrupción de las emisoras del tercer sector, con el estado democrático, facilitó la conformación de grupos de mujeres y la puesta en marcha de espacios feministas (Pérez Martínez, 2016). Este acceso supuso también una forma de conciencia crítica que ha llevado a la revisión del sistema establecido en un proceso de empoderamiento, promoviendo cambios individuales y acciones colectivas con capacidad de configurar su propia existencia e influir en su entorno (Soler *et al.* 2014; Lamelas; Aguayo, 2012).

La radiodifusión como palabra pública constituye un ejercicio de libertad de expresión, pero también de activismo (Amarante, 2017: 4). Iniciativas como *Mujeres en las Ondas* de la madrileña Radio Enlace han puesto el foco en la capacitación radial de las mujeres y en las propuestas de espacios para la sensibilización social en torno al género, mientras los *Encuentros de*

*mujeres radiantes* han generado un espacio compartido para establecer redes de colaboración-intercambio de experiencias de empoderamiento individual y colectivo desde las radios comunitarias.

López-Villafranca y Olmedo-Salar (2020) destacan el relevante papel de las radios independientes que surgen en internet, en las que los feminismos y la visibilización de las mujeres, es temática prioritaria «con secciones específicas dedicadas a esta temática, así como la incorporación de espacios destinados a colectivos LGTBI».

Como medios alternativos, las webradios promueven el empoderamiento de la ciudadanía al tiempo que desarrollan estrategias discursivas enfocadas a contrarrestar el relato dominante en la definición-estructura del mundo, con la integración de perspectivas de las «clases subalternas» (García López; Simancas, 2016: 141). Como cibermedios, habitan un ecosistema de plataformas y servicios 2.0 que facilita la socialización de contenidos y mayor proyección.

Las posibilidades de acceso y democratización de la comunicación que ofrecen las emisoras comunitarias y de su convergencia con movimientos sociales, acciones feministas e incluso medios se han visto impulsadas y potenciadas con la irrupción del *podcasting* (véase, por ejemplo, la transmedialidad de *Sangre Fucsia* y su vinculación con la revista feminista online *Pikara Magazine*).

Los *pódcasts* constituyen el paradigma de la cultura de la convergencia. Surgidos como forma de difusión de contenidos radiofónicos pronto se consolidarían como *Do Yourself Media*, por su producción como for-

mas de entretenimiento y diversión desarrolladas por internautas, como por su filosofía de autopublicación, comunicación alternativa e incluso *punk* (Lankshearr; Knobel, 2010:12).

En los últimos años, el impulso del *podcasting* ha llevado a la creación de una extensa comunidad oyente y productora. Frente a la idea de esta comunidad como una subcultura con los pódcasts como forma de construcción identitaria (Meserko, 2010), autoras como Florini (2015: 210) consideran al *podcasting* una práctica para dar visibilidad y reforzar identidades colectivas, temáticas y posicionamientos activistas.

Los pódcasts brindan a las personas creadoras un grado de control único sobre los contenidos (Berry, 2018). Así, han permitido a las mujeres amplificar su voz, promover temas y enfoques de interés, a través de procesos de automediación que han propiciado una construcción alternativa y diversa del «nosotras».

Sin perder de vista que los pódcasts suponen contenidos online y, por tanto, están atravesados por brechas y desigualdades similares (sexo, raza, clase, edad, etc.), su fácil creación y difusión brinda una oportunidad para el acceso y descentralización de la producción de contenidos, con reflejo en la pluralidad de voces-enfoques y la aparición de cuestiones ausentes de los medios convencionales (Fernández; Musse, 2017: 5).

### *¿Por qué el feminismo necesita los podcasts?*

Como contenidos sonoros, los podcasts son idóneos para los feminismos, al dar continuidad narrativa, humanizar la relación humano-máquina y fomentar la participación (Cabero; Gisbert, 2002).

Tiffe y Hoffmann (2017: 116) contraponen el cuerpo y su carácter constrictivo en la toma del espacio (epítome del poder) y la voz como modo de dar forma y ocuparlo. Aunque las voces privilegiadas continúan detentando un lugar preeminente, estos cuerpos-voz (Connor, 2000), como vibraciones sonoras, escapan de los límites normativos. Para Copeland (2018a: 222) el sonido de una voz es parte inherente de un cuerpo y de una identidad performativa. En este sentido, «la voz se convierte en un lugar donde el género se naturaliza y desnaturaliza al mismo tiempo» (Schlichter, 2011: 47).

Con el *podcasting*, las mujeres no solo pueden recuperar su voz, sino que ajenas a la mirada patriarcal, se pueden mostrar sin ambages e incluso dinamitar lo socialmente correcto; características vocálicas, acentos no normativos, lenguaje vulgar o la ocupación de espacios masculinos como el humor o la opinión (Tiffe; Hoffmann, 2017:117). Frente las normas vocálicas hegemónicas del periodismo radiofónico, que lleva a las locutoras a trabajar dicción, acento o tono para no parecer demasiado emotivas, demasiado periféricas, demasiado leves... el *podcasting* permite a las mujeres reivindicar su propia voz-identidad como una forma de resistencia.

Los podcasts proveen experiencias auditivas que pueden desafiar las expectativas de género al conec-

tar y comprometerse con la persona oyente través del carácter afectivo e íntimo del sonido (Copeleand, 2018a; Zorlu; Özkan, 2020). Si, como afirma Veerkamp (2014), la radio necesita al feminismo, el pódcast ha redimensionado esta dependencia al recoger la diversidad de temáticas y enfoques de este movimiento, y generar una comunidad imaginaria no definida por límites espacio-temporales.

La convergencia en el tiempo con la cuarta ola feminista, que palpita y respira a través del medio digital, ha propiciado la expansión de la esfera feminista a estos contenidos sonoros. Hewitt (2012) incluso se refiere a las ondas sonoras como metáfora, más real que las olas, de la evolución de los feminismos. Para Copeleand (2018b: 2010), los medios sonoros desempeñan un papel integral en la circulación de los deseos, experiencias y voces dentro del espacio político de género.

La esencia de los pódcasts como *DiY media* los redime de las constricciones establecidas: disciplinas, tradiciones, normas-espacios y líneas rojas que han regido la comunicación y producción de conocimientos (Llinares, 2018: 125), y les confiere valor para el activismo, temáticas, enfoques feministas y *queer* (Hoydis, 2020: 3).

Como medios independientes, los pódcasts detentan un potencial sociocultural al vehicular voces marginalizadas, enfoques alternativos y transgresiones narrativas que descentralizan la emisión para situarla en los márgenes. Asimismo, posibilitan la expansión de voces-contenidos-discursos a través de internet abiertos a la escucha, reinterpretación y participación de la comunidad usuaria. Oportunidad que, si bien es



común a otras manifestaciones feministas en redes sociales, en los podcasts se ha revelado menos proclive al troleo de género,<sup>1</sup> a la invasión violenta del espacio por la *machosfera*.

Aunque el *podcasting* constituye un club masculino (Amore, 2020), resulta patente una eclosión de contenidos producidos por mujeres y, en especial, de los que abordan cuestiones feministas y con enfoque de género. En apenas un año los contenidos catalogados como «feminista» en Spotify se han duplicado, superando el millar, al tiempo que se diversificaron temática-enfoques y un mayor número de proyectos de continuidad.

Lejos de una concepción y esencia unívocas, el *podcasting* feminista remite a una realidad heterogénea en forma-origen, temáticas y objeto. Así, se pueden señalar desde contenidos de corte pedagógico como *Feminismo en 5 minutos*; y divulgativos, *Una habitación propia*; a formatos más narrativos, como *Yo lo conocí en un corpus*, o críticos como *Saldremos mejores*.

Todos ellos se presentan como espacios de resistencia que rompen los límites tradicionales del periodismo y/o entretenimiento. Voces minoritarias o marginadas en los medios convencionales se convierten en protagonistas de podcasts feministas. Las mujeres cómicas han ocupado estos espacios sonoros, en los que no falta la crítica, la sátira y el ponerse en el centro de la diana sin miedo a ser dilapidadas por las opiniones de los hombres.

Solana (2021) analiza los efectos de *The Guilty Feminist*, podcast que presenta un planteamiento sobre

---

<sup>1</sup> Entrevistas personales con diversas *podcasters* feministas.

el humor femenino y su cuestionamiento, precisamente por ser realizado por mujeres. El denominado «metafeminismo» de este pódcast, con audiencia en vivo, que alterna comentarios graciosos y reflexiones dolorosas, permite comprender el humor como crítica y autocrítica.

La propagación de estos contenidos en redes sociales y su vinculación a la cuarta ola feminista favorece que personas con influencia social como actrices, cantantes y otras personalidades mediáticas se identifiquen con el movimiento y enfoque del pódcast.

Pujol (2021) reflexiona sobre los pódcasts creados por mujeres feministas con vocación crítica como *Gent de Merda*, *Les Golfes*, *Ciberlocutorio* y *Deforme Semanal Ideal Total* (cfr. caso 1). Contenidos irónicos producidos al margen de los medios convencionales, por profesionales que sufrieron la crisis del periodismo, agudizada por ser mujeres, y que utilizan los pódcasts para vehicular experiencias vitales sobre aspectos controvertidos como la discriminación de género, el conflicto independentista, el idioma y su carácter identitario-cultural, u otras temáticas que no tienen cabida en medios generalistas. Para Pujol (2021) suponen ejemplos de una concepción diferente de la comunicación, alternativa a los grandes grupos mediáticos, con una actitud independiente y autogestionada.

La formación, información y la denuncia social marcan estos pódcasts que sirven para visibilizar problemáticas socioeconómicas fruto de las desigualdades de género. Como señalan Lima y Vicente (2021) para el caso brasileiro, la *podcastesfera* feminista detenta un

importante valor identitario con especial atención a temas como el feminicidio, la maternidad, la xenofobia y las condiciones laborales, que poseen especificidades para las mujeres y el colectivo LGBTIQ+. Estas autoras constatan la incorporación del discurso feminista al espacio sonoro con la atención a identidades diversas, pero con la reiteración de ciertos términos y patrones que corresponden a mujeres blancas de clase media, pertenecientes a lo que Zafra (2021: 76) denomina «clase cultural o clase creativa», con fuerte presencia de entrevistas, voces expertas o testimonios en primera persona, que dejan abierto el camino a la experimentación y a rupturas expresivas-creativas de estos formatos sonoros.

### *Desbullando iniciativas sonoras*

La integración del *podcasting* feminista en un contexto de enunciación y activismo, que proveen nuevos marcos de interpretación, ha conllevado su inclusión en estrategias transmedia (como núcleos o expansiones), y el establecimiento de acciones cruzadas con otros *podcasters*-medios.

En las siguientes páginas desbullaremos algunos proyectos que han ocupado el espacio sonoro y aprovechado otras grietas del sistema, con discursos feministas, inclusivos y diversos.

Tabla 1. Espacios sonoros objeto de estudio.

Título	Emisora	Plataformas	Presentadoras	Temporadas	Colaboraciones
<i>Deforme Semanal Ideal Total</i>	Radio Primavera Sound	Spotify (en exclusiva)	2. Isabel Calderón y Lucía Lijtmaer	3 (2019, 2020, 2021)	Carne Cruda (2020)
<i>De eso no se habla</i>		Spotify	1. Isabel Cadenas	1 (2020-2021)	Las Raras (2021) A vivir (Cadena Ser, 2021)
<i>La Tótera</i>	Onda Color	Spotify, iVoox o Soundcloud	4. Auxi J. León, Rafi Virella, Dolores J. Rubiales y Rocío Santos Gil	2 (2020, 2021, 2021-2022)	La Poderío
<i>Sangre Fucsia</i>	Ágora Sol Radio (Redifusión en 27 emisoras comunitarias e independientes)	iVoox, Spotify	Gaelx, Valentina y Lolli Dj	Más de 200 capítulos desde 2013 hasta 2021	Pikara Magazine
<i>Estirando el chicle</i>	Plataforma Podium Podcast	Rehosting en Spotify, iVoox, Apple Podcast y YouTube	Victoria Martín y Carolina Iglesias	4 (2020, 2021)	
<i>Radiojaputa</i>	Carne Cruda	iVoox	Barbijaputa	Desde 2012 (sección Carne Cruda) 4 (2018, 2019, 2020, 2021)	Carne Cruda eldiario.es

Fuente: Elaboración propia

—Caso 1. *Deforme Semanal Ideal Total*

Pódcast quincenal exclusivo de Radio Primavera Sound para Spotify. Presentado por las comunicadoras Isabel Calderón y Lucía Lijtmaer. En 2021 fue galardonado con el Premio Ondas al mejor pódcast o programa de emisión digital, *ex aequo* con otro pódcast feminista: *Estirando el chicle* (*cf.* caso 5).

Sobre el galardón, Calderón (Martínez Ribot, 2021) afirmó que «nunca jamás en la vida creímos que nos

iban a dar un premio por nuestro trabajo. Un pódcast cultural, feminista... No somos *mainstream*, que no es nada bueno ni malo, pero no lo somos porque no es nuestro rollo. Venimos del *underground* más absoluto». En otra entrevista Lijtmaer explicó que «la mujer que habla es a la que se castiga. Nosotras hemos conseguido la tranquilidad, después de un tiempo, de ser lo suficientemente fuertes como para enfrentarnos a esa pesadilla» (Avenidaño, 2021).

Además del pódcast, en el que entrelazan temas culturales y políticos con una fuerte crítica al sistema heteropatriarcal, citando autoras como la escritora y filósofa Susan Sontag y experiencias personales ficcionadas, Calderón y Lijtmaer realizan programas en directo en las instalaciones de Radio Primavera Sound (Barcelona), y en teatros de todo el Estado español, que pueden escucharse en exclusiva en Spotify y verse en Youtube. Antes de la pandemia estos espectáculos contaban con colaboradores, como Marc Giró, y entrevistas en cada programa, entre las que destacaron la escritora y activista antirracista, feminista y LGBTIQ+ Brigitte Vasallo o la periodista y activista feminista Irantzu Varela.

—Caso 2. *De eso no se habla*

Pódcast quincenal de no ficción narrativa dirigido por la escritora y documentalista sonora Isabel Cadenas y con un equipo formado por Laura Casielles, Vanessa Rousselot y Paula Morais. Fue el único pódcast europeo en *PRX & Google Podcasts Creator Program* 2019, una iniciativa destinada a visibilizar voces infrarrepresentadas a través de formación en el *Podcast Garage* de la radio pública estadounidense PRX.

En 2021 fue galardonado con el X Premio Internacional de Periodismo Colombine de la Asociación de la Prensa de Almería y en 2020 con el Premio Ondas, por el episodio «Preguntan por ti».

Con solo una temporada, estrenada en septiembre de 2020, *De eso no se habla* explora «los orígenes de los silencios en España: una cultura del no hablar enraizada en un pasado que sigue muy presente. Secretos familiares, noticias que nunca conocimos, realidades que se ocultan: cada episodio se fijará en un «de eso no se habla» diferente, siempre a través de una historia personal» (Cadenas, en *La Marea*, 2020).

Además de sus contenidos propios, Isabel Cadenas ha colaborado en el pódcast latinoamericano *Las raras, historias de libertad* y en el matinal de los fines de semana en Cadena Ser *A vivir*, con diferentes relatos y enfoques de la pandemia. En octubre de 2021 pasó a formar parte de *El País Audio*, proyecto con el que el diario *El País* busca construir su estrategia de voz.

### —Caso 3. *La Tótera*

Espacio sonoro mensual de la radio comunitaria de Málaga Onda Color. *La Tótera* nace del grupo de trabajo feminista de la emisora como expansión de *Lenguas de Mariposa*, club de lectura feminista. Auxi León, Rafi Virella, Dolores Rubiales y Rocío Santos Gil emiten el programa en directo, el tercer viernes de cada mes, ampliando su difusión en plataformas como Spotify, Ivoox o Souncloud, y de sus canales en Telegram e Instagram.

Nacido en 2019, *La Tótera* conversa en su «mesa camilla sonora», expresión que autodefine el tono del

programa, sobre temas feministas, intercambiando *sentipensares* con las oyentas. En 2021 comenzó una colaboración con el medio feminista andaluz *La Poderío*, conformando una particular experiencia transmedia que anunciaban así:

El feminismo andaluz llega a *La Poderío* a través de las ondas con La Toterá, un espacio radiofónico mu feminista, mu andaluz, mu diverso y mu de barrio en Onda Color, la radio comunitaria de Málaga en el barrio de Palma Palmilla. Cada mes, nos traerán una «toterá sonora donde poder juntarte con tus amigas todos los meses *pa'* hablar sin censura y como te da la gana».

—Caso 4. *Sangre Fucsia*

Decano del *podcasting* feminista español, *Sangre Fucsia* fue creado en 2013 por un grupo de profesionales de la radio en colaboración con *Pikara Magazine*, para crear algo diferente y personal. Gaelx, Valentina y Lolli DJ se sitúan al frente de este proyecto integrado en Ágora Sol Radio, emisora libre y autogestionada que surgió del movimiento 15M, aunque con redifusión en otras radios comunitarias e independientes como Red Nosotras en el Mundo, Radio Almaina, Radio Topo, Onda Color, etc.

*Sangre Fucsia* se emite desde la Kasa Pública de Mujeres Eskalera Karakola, espacio transfeminista de referencia en Madrid.

Este espacio «celebra el feminismo»<sup>2</sup> con entrevistas y debates sobre temáticas de interés como migración,

---

<sup>2</sup> Entrevista personal con las autoras.

videojuegos, arte, empoderamiento o *herstoria* siempre con una mirada feminista. Entre sus actividades destacan los talleres de iniciación a la radio feminista, su expansión a través de otros contenidos como juegos —Feminismos Reunidos: la revolución empieza en tu salón— *fanzines*, conciertos (para visibilizar la labor de las mujeres en la música), su participación en presentaciones y proyecciones, en especiales de programación con Barrio Canino (Ágora Sol Radio), e incluso un metaprograma dedicado al *podcasting* feminista con colaboración de Irene Beboo de *Ruda FM* e Isabel Cadenas, creadora de *De eso no se habla* (cfr. caso 2).

—Caso 5. *Estirando el Chicle*

Carolina Iglesias y Victoria Martín inician este proyecto en plena pandemia (2020), tras su participación en la webserie *Válidas*, en la que abordan las dificultades de hacerse un hueco en la industria del espectáculo como mujeres y cómicas.

*Estirando el Chicle* empezó su difusión en Zoom y Youtube, por lo que su primera temporada tiene una factura completamente casera. Su gran acogida llevaría a la plataforma de Prisa *Podium Podcast* a fichar a las dos cómicas, emitiendo las tres temporadas siguientes.

A partir de la segunda temporada solicitan a sus invitadas que les dejen unas bragas, una petición particular que se ha convertido en la seña de identidad del programa y una atracción para anunciantes. En la tercera amplían el *show* con un espectáculo en directo denominado *Estirando el chicle Live*, con un éxito de



taquilla sin precedentes<sup>3</sup> que se une a otros, como el de pódcast más escuchado de Spotify y el Premio Ondas 2021, al mejor pódcast, compartido con *Deforme Semanal Ideal Total* (cfr. caso 1).

Las conductoras de este espacio lo presentan como un formato en el que comparten experiencias y anécdotas con otras mujeres, con una crítica social muy satírica y un particular humor que ha llegado a generar un auténtico fenómeno *fandom*. Además de la lucha feminista, tocar temas tabúes como la regla o llamar a las cosas por su nombre con total naturalidad, una de sus principales razones de ser es ensalzar la figura de las cómicas mujeres en un contexto que las discrimina e invisibiliza (De Jaime, 2021).

#### —Caso 6. *Radiojaputa*

El pódcast de Barbijaputa, escritora, columnista y activista social, que mantiene oculta su identidad tras este seudónimo y un avatar de muñeca Barbie con cuernos y rabo. Barbijaputa incursionó en el mundo del *podcasting* en 2012, como colaboradora del programa *Carne Cruda*. En 2018 inició su periplo con un pódcast semanal sobre feminismo radical en *eldiario.es* para, un año después, convertirse en un contenido independiente sustentado por su propia comunidad de escuchas a través del «matrocinio».

---

<sup>3</sup> En diciembre de 2021, *Estirando el chicle* agotó en 17 horas las 12.000 entradas para su espectáculo *Estirando el chicle LIVE: Último hilo (de vida)* programado para septiembre de 2022 en el Wizink de Madrid, convirtiéndose en el espectáculo cómico en directo más grande celebrado nunca en España.

Se trata de un medio autogestionado que escucha a sus «oyentas» para decidir temas de interés y otras cuestiones relacionadas con el activismo social de este espacio sonoro. Su estrategia de *crowdfunding* le permite mantener su independencia en unos contenidos que cuentan con colaboradoras para abordar temas de interés y actualidad: lenguaje inclusivo, cambio climático, ciencia, discapacidad, psicología, ginecología, sexología, cine, racismo y nutrición. También ha creado una red con cientos de grupos temáticos de WhatsApp en la «Comunidad de WhatsApp de Oyentas de Radiojaputa» donde se conocen, se forman, aprenden, enseñan de forma off y online.

### *Reflexiones finales*

El pódcast feminista es una herramienta que aglutina todas las ventajas del ciberfeminismo, sin sufrir restricciones ni condicionamientos por parte del sistema heteropatriarcal. Sirve de altavoz para denunciar situaciones y violencias que impiden el crecimiento de las mujeres y del colectivo LGBTIQ+ en la sociedad, en el mundo laboral y en ámbitos tanto públicos como privados, al margen de la censura impuesta por los grupos empresariales o las normas de los medios tradicionales. El humor, la crítica y auto-crítica, la denuncia social y el activismo que se ejerce en estos espacios generan empatía y un sentimiento de identidad unitario a pesar de las diferencias sociales, raciales y económicas de las mujeres que crean y escuchan estos espacios.

Si como señaló McLuhan (1964: 79), la voz supone una de las principales extensiones del hombre, el *pod-casting* feminista y, en general, el acceso de las mujeres a la producción de contenidos, suponen un ejemplo de resistencia y de cómo se están redefiniendo las normas de un espacio sonoro, más heterogéneo que nunca. Un espacio que ha trascendido las ondas sonoras para difundir, comunicar e interactuar con comunidades tan segmentadas como cohesionadas.

Como formas de activismo, estos proyectos sonoros aprovechan las TIC para presentar contenidos transgresores y establecer redes de intercambio y colaboración, para enriquecerse y reforzar su propia identidad a través de expansiones y estrategias cruzadas con otras iniciativas y medios. De sus convergencias y divergencias surgirán discursos-temáticas-enfoques críticos, informativos, humorísticos, etc., que reflejan la realidad social a través de un medio tan feminista y generador de afectos como el sonido.

### *Referencias bibliográficas*

- Aguilar, Teresa (2012). *Ontología Cyborg. El cuerpo en la sociedad tecnológica*. Barcelona: Gedisa.
- Amarante, María Inés (2017). «Rádio Comunitária e inclusão étnica e de gênero», *Revista Latinoamericana de Estudios en Cultura y Sociedad*, vol. 3, núm. 611. Doi: 10.23899/relacult.v3i3.611
- Amore, Samson (2020). «Podcast Boys Club: Only 21% of Top-Charting Shows Have a Female Host», *Wrap-Pro*. <https://bit.ly/3148Oi4>
- Avendaño, Tom (2021). «Las autoras de 'Deforme semanal': «A las mujeres, cuando nos salimos del tiesto y denunciamos nuestra posición, se nos castiga», *Icon*.
- Baumgardner, Jennifer (2011). *F'em! Goo Goo, Gaga and Some Thoughts on Balls*. Seattle: Seal Press.
- Berry, Richard (2018). «Just Because You Play a Guitar and Are from

- Nashville Doesn't Mean You Are a Country Singer: The Emergence of Medium Identities in Podcasting», en Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (eds). *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media* (pp. 209-225). Palgrave Macmillan.
- Butler, Judith (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Espasa.
- Cabero, Julio; Gisbert, Mercé (2002). *Materiales formativos multimedia en la red. Guía práctica para su diseño*. Sevilla: Doblas.
- Cano, Sandra (2012). «Las mujeres y las tecnologías de la información», *Revista Sistemas*, núm. 16, pp. 48-55. <https://bit.ly/30W-YEQ2>
- Connor, Steven (2000). *Dumbstruck: A Cultural History of Ventriloquism*. Oxford: Oxford University Press.
- Copeland, Stacey (2018a). «A Feminist Materialisation of Amplified Voice: Queering Identity and Affect in The Heart», en Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (eds). *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media*, pp. 209-225. Palgrave Macmillan.
- Copeland, Stacey (2018b). «Broadcasting Queer Feminisms: Lesbian and Queer Women Programming in Transnational, Local, and Community Radio», *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 25, núm. 2, pp. 209-223. Doi: 10.1080/19376529.2018.1482899
- De Jaime, Mario (2021). «Estirando el chicle: «Que alguien piense por qué no hay apenas cómicas en España de más de 40 años»», *El País*. <https://bit.ly/3qq0xxp>
- De Miguel, Roberto; Parratt-Fernández, Sonia; Berganza, María Rosa (2019). «Las percepciones de las mujeres periodistas sobre su trabajo. La variable género en la cultura profesional», *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 74, pp. 1818-1833. Doi: 10.4185/RLCS-2019-1412
- Derechos Digitales (2021). *COVID-19 and the increase of domestic violence against women in Latin America: A digital rights perspective*. <https://bit.ly/3swng3R>
- Fernández, Laís; Musse, Christina (2017). «Podcasts e a cultura digital: estratégias para contar histórias em uma narrativa nonvergente», en *Intercom. XXII Congresso de Ciências da Comunicação, Volta Redonda*. <https://bit.ly/3qnZIVN>
- Florini, Sarah (2015). «The podcast «Chitlin' Circuit»: Black podcasters, alternative media, and audio enclaves. *Journal of Radio & Audio Media*», vol. 22, núm. 2, pp. 209-219. doi:10.1080/19376529.2015.1083373
- García López, Marcial; Simancas González, Esther (2016): «La lucha está en el relato. Movimientos sociales, narrativas transmedia y cambio social», *Cultura, Lenguaje y Representación*, núm.15, pp. 139-151. <https://bit.ly/3JmXGTA>
- GMMP (2020). *Who make the news? 2020 Report*. <https://whomakes-thenews.org/>
- Gutiérrez Hernández, Juan Ramiro; Gutiérrez Hernández, Rosalinda; Gutiérrez Hernández, Norma (2015): «El papel de las mujeres en la Sociedad de la Informa-

- ción», en *XII Encuentro Participación de la mujer en la Ciencia*. <https://bit.ly/3qsEYw6>
- Haraway, Dona (1991). *Ciencia, Cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- Hewitt, Nancy (2012). «Feminist frequencies: Regenerating the wave metaphor», *Feminist Studies*, vol. 38, núm.3, pp. 658-680. <https://bit.ly/3mxB44d>
- Hilmes, Michelle (1997): *Radio voices: American Broadcasting 1922–1952*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hoydis, Julia (2020). «New Waves – Feminism, Gender, and Podcast Studies», *Gender forum*, vol. 22, núm. 77. <https://bit.ly/3sxM-CYR>
- Jorge Alonso, Ana (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*. Barcelona: Icaria.
- Karpf, Anne (1987). «Radio Times: private women and public men», en Davies, K.; Dickey, J.; Stratford, T. (eds), *Out of Focus, Writing on Women and the Media*. pp. 168-175. Londres: The Women's Press.
- Khan, Irene (2021). *Informe sobre justicia de género y libertad de opinión y expresión*. Nueva York: Naciones Unidas.
- Klofstad, Casey; Anderson, Rindy; Peters, Susan (2012). «Sounds like a winner: voice pitch influences perception of leadership capacity in both men and women», *Biological Sciences*, vol: 279, pp. 2698-2704. Doi:10.1098/rspb.2012.0311
- La Marea (2020). «De eso no se habla: el 'podcast' que habla de los silencios», *La Marea*. <https://bit.ly/32qNvYC>
- La Totera (2021). «La Totera: feminismo de barrio radiante», *La Poderío*.
- Lamelas Castellanos, Nélica; Aguayo Lorenzo, Eva (2012). «Empoderamiento femenino y desigualdad de género en Latinoamérica», en Vázquez, Isabel (coord.), *Investigación y Género. Inseparables en el presente y en el futuro*, pp. 917-928. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Lankshear, Colin; Knobel, Michelle (2010). «DIY media: A contextual background and some contemporary themes», en autores (eds.), *DIY Media: creating, sharing and learning with new technologies*, pp. 1-24. Nueva York: Peter Lang.
- Lima, Rosana; Vicente, Eduardo (2021). «Áudio e ativismo social: uso das práticas do podcast para a visibilidade de um discurso feminista», en Radakovich, R.; Wortman, A. (Coord), *Nuevas mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI. Tecnologías, espacios y experiencias*, pp. 9-23. Lima: Alas.
- Llinares, Dario (2018). «Podcasting as Liminal Praxis: Aural Mediation, Sound Writing and Identity», en Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (ed.). *Podcasting. New aural cultures an digital media*, pp. 123-145. Palgrave Macmillan.
- López Villafranca, Paloma; Olmedo Salar, Silvia (2020). «Programación de las emisoras online independientes frente a los contenidos online de las emisoras comerciales en la red. ¿Pensando en los oyentes?», en *Comunicación y Diversidad. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional*

- de la AE-IC, pp. 746-774. <https://bit.ly/3FtG6WB>
- Marteles, Elvira (2006). «Notas sobre la historia de las mujeres en la radio española», *Arbor. Ciencia, pensamiento y cultura*, vol. 720, pp. 455-467. <https://bit.ly/3Fta7pF>
- Martínez Ribot, Nuria. (2021). «Lucía Lijtmaer e Isabel Calderón: «El humor es un arma política. Quien piense que es frívolo, no se ha enterado de nada», *Público*. <https://bit.ly/3ZzR6Dk>
- McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Londres: Routledge.
- Meserko, Vince (2010). «Upright citizens of the digital age: Podcasting and popular culture in an alternative comedy scene», Tesis de Master, University of Kansas. <https://bit.ly/32jL2UI>
- Mitchel, Caroline (2000). *Women & radio. Airing differences*. Londres: Rouledge.
- Navarro Beltrá, Marián (2009). «La brecha digital de género en España: cambios y persistencias», *Feminismols*, nú.14, pp. 183-199. doi: 10.14198/fem.2009.14.11
- OSCE (2021). *New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists*. <https://bit.ly/3erLzBo>
- Pérez Martínez, José Emilio (2016): «Mujeres en la radio española del siglo XX», *Arenal*, vol. 23, núm. 1, pp. 35-58. Doi: 10.30827/arenal.v23i1.4996
- Piñeiro-Otero, Teresa (2021). «‘Escúchanos, hermana’. Los podcasts como prácticas y canales del activismo feminista», *Inclusiones* vol. 8, núm. Especial 2021, pp. 231-254. <https://bit.ly/3FwmDVc>
- Pujol, Cristina (2021). «Periodismo, ‘podcasts’ y feminismo: entre el activismo y la identidad de marca», *COMeIN*, núm. 108. Doi:10.7238/c.n108.2115
- Rodero, Emma; Larrea, Olatz; Vázquez, Marina (2013). «Male and female voices in commercials: Analysis of effectiveness, adequacy for the product, attention and recall», *Sex Roles*, vol. 68, pp. 349-362. <https://doi.org/10.1007/s11199-012-0247-y>
- Sanfilippo, Marina (2007). «El narrador oral y su repertorio: tradición y actualidad», *Signa*, vol. 16, pp. 73-95. Doi: 10.5944/signa.vol16.2007.6151
- Schlichter, Annette (2011). «Do Voices Matter? Vocality, Materiality, Gender Performativity», *Body & Society*, vol. 17, núm. 1, 2011, pp. 31-52. Doi: 10.1177/1357034X10394669
- Solana, Mariela (2021). ««Soy feminista, pero»: afectos, humor e identificación en *The Guilty Feminist*». *Descentrada*, vol.5, núm. 1, e135. <https://doi.org/10.24215/25457284e135>
- Soler, Pere; Planas, Anna; Ciraso-Cali, Anna; Ribot-Horas, Arantxa (2014). «Empoderamiento en la comunidad. El diseño de un sistema abierto de indicadores a partir de procesos de Evaluación Participativa Pedagogía Social», *Revista Interuniversitaria*, núm. 24, pp. 49-77.
- Suárez-Romero, Miriam; Ortega-Pérez, Ana María (2019). «Género y opinión. El rol secundario de las mujeres en los espacios periodísticos», *iQual*. núm. 2, pp. 133-146. Doi: 10.6018/iQual.324321

- Tiffe, Rachel; Hoffmann, Melody (2017). «Taking up sonic space: feminized vocality and podcasting as resistance». *Feminist Media Studies*, vol. 17, núm. 1, pp. 115-118. doi:10.1080/14680777.2017.1261464
- Unesco (2021). *Global Survey on Online Violence against Women Journalists*.
- Veerkamp, Honna (2014). «Feminist Frequencies: Why Radio Needs Feminism», *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 21, núm. 2, pp. 307-315. doi: 10.1080/19376529.2014.950154
- Vergés, Nuria (2013). *Teorías Feministas de la Tecnología: Evolución y principales debates*. <https://bit.ly/32FR0u8>
- Zafra, Remedios (2021). *Frágiles. Cartas sobre la ansiedad y la esperanza en la nueva cultura*. Madrid: Anagrama.
- Zafra, Remedios (2017). *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Madrid: Anagrama.
- Zafra, Remedios (2008). «Ciberfeminismo y «net-art», redes interconectadas», <https://bit.ly/3Et7cvT>
- Zorlu, Denis; Özkan, Nazli (2020). «Women on Twitch Turkey: Affective Communities and Female Solidarity Under Patriarchy and Postfeminism», *Gender forum*, vol. 22, núm. 77, pp. 105-127. <https://bit.ly/3Jbz0s6>