

Reivindicación feminista a través de la comunicación en red: el *podcast* en España

Marta SALGUERO SANABRIA

Résumé :

En plein essor du phénomène podcast, cet article met en évidence le potentiel de ce format pour la communication féministe ainsi que son usage pour l'activisme avec une perspective de genre qui rend visible les femmes, les remet comme un modèle et déconstruit les stéréotypes sexistes. Comme exemple, on analyse trois podcasts humoristiques féministes espagnols qui récoltent du succès de la part de l'audience et de la critique. Ils ont montré que l'humour féministe est un outil puissant contre le sexisme.

Mots clés: Féminisme, Humour, Podcast, Communication, Sexisme, Femmes.

Resumen:

En pleno auge del fenómeno *podcast*, este artículo pone de manifiesto las potencialidades de este formato para la comunicación feminista, así como su uso para el activismo con perspectiva de género que visibiliza a las mujeres, las coloca como referentes y deconstruye los estereotipos sexistas. Como ejemplo, se analizan tres *podcasts* humorísticos feministas de España que están cosechando un gran éxito tanto de audiencia, como por parte de la crítica, y que han demostrado que el humor feminista es una herramienta muy poderosa contra el sexismo.

Palabras clave: Feminismo, Humor, Podcast, Comunicacion, Sexismo, Mujeres.

Abstract:

In the midst of the podcast phenomenon, this article highlights the potential of this format for feminist communication, as well as its use for activism with a gender perspective that brings visibility to women, places them as role models and deconstructs sexist stereotypes. As an example, three feminist comedy podcasts from Spain are analyzed, which are achieving great success both in terms of audience and critical acclaim, demonstrating that feminist humor is a powerful tool against sexism.

Keywords: Feminism, Humor, Podcast, Communication, Sexism, Women.

El auge del humor feminista en España gracias al fenómeno *podcast*

El ámbito del humor ha estado, tradicionalmente, ocupado por hombres, pero la cuarta ola feminista ha permitido la irrupción de las mujeres en el espacio del humor. Así, el humor se ha convertido en una potente herramienta para el feminismo, acercando sus mensajes a una amplia variedad de espacios y públicos. La digitalización de la sociedad, acompañada de la revolución tecnológica a partir de los 90, ha propiciado el surgimiento de nuevas estructuras comunicativas que el feminismo ha aprovechado para visibilizar sus reivindicaciones¹.

En los últimos años, en España, se ha vivido un auge del modelo “*stand up comedy*”, en el que muchas humoristas han reivindicado mensajes feministas a través de sus monólogos. En este ámbito, cabe destacar a figuras como Sara Escudero, Pula Púa, Martita de Graná o Susi Caramelo, rostros habituales en televisión y redes sociales y que, cada vez más, llenan escenarios siendo cabezas de cartel. Igualmente, es habitual que las humoristas acudan como invitadas a diferentes programas televisivos donde antes estos espacios eran ocupados por humoristas hombres e, incluso, estas comediantes colaboran, habitualmente, en programas de máxima audiencia, así como los presentan. Es el caso de las humoristas Marta Flich y Elsa Ruiz, colaboradoras del programa ‘Todo es mentira’ de la cadena Cuatro o Ana Morgade, presentadora en varios programas de gran audiencia como ‘Buena Fuente’, ‘Zapeando’ o ‘El Hormiguero’ y que actualmente presenta el espacio ‘Vamos a llevarnos bien’ en la 1 de TVE².

Asimismo, y atendiendo al contexto de era digital en el que estamos inmersos, hay que reseñar el papel fundamental de los medios sociales en el entorno de la comunicación, pues son utilizados por los movimientos sociales ³(entre ellos el feminismo) para que sus mensajes lleguen a una amplia variedad y cantidad de audiencias. En este escenario, destacan figuras de mujeres humoristas cuyos vídeos cuentan con millones de seguidores tanto en España como a nivel internacional, en muchos casos. De este mundo digital son reconocidas youtubers como Esty Quesada o Lala Chus y a *tiktokers* como Car de Lorenzo o Esperansa Grasia. Si bien algunas de ellas no hacen solo “humor feminista”, el solo hecho de ocupar espacios masculinizados y visibilizar el trabajo de mujeres comediantes ya es, per se, una forma de utilizar el humor como herramienta feminista⁴. En este contexto, existe un punto importante, pues, como afirma la comediantes PennyJayG: “Parece que el contenido creado por hombres es el general para todo el mundo y el

¹ McCann, H. (2020). *El libro del feminismo*. Akal.

² Leyra, P. (2022, 11 agosto). El humor es cosa seria. *Elle*. <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a40647266/mujeres-humoristas-espana/>

³ Para ampliar información se puede consultar la obra del autor Francisco Sierra-Caballero sobre ciberactivismo en las redes sociales.

⁴ Trula, E. M. (2021, 23 junio). Obvio que las mujeres sí son graciosas: 16 cómicas españolas muy por encima del nivel de La Chocita del Loro. *Xataka*. <https://www.xataka.com/magnet/obvio-que-mujeres-graciosas-16-comicas-espanolas>

creado por mujeres es un nicho. Y eso no es así”. Penny asegura que a sus espectáculos acuden hombres blancos cisgénero y heterosexuales, que “cuando consiguen reírse de eso se deconstruyen y rompen con su propia jaula de oro”. Por tanto, el humor feminista no es solo para mujeres, sino que es capaz de llegar al público masculino; un humor hecho por mujeres para todos los públicos⁵.

El presente estudio tiene por objeto realizar una breve aproximación a las potencialidades del *podcast* para la comunicación feminista, utilizando el humor y sus múltiples variables como activismo con perspectiva de género, analizando algunos de los *podcasts* de humor feminista más exitosos de España. Partiendo de este preámbulo, se pone de manifiesto cómo el humor es capaz de deconstruir estereotipos sexistas y abrir debates que invitan a la reflexión, tanto en la sociedad como en los medios de comunicación. Y, en este sentido, el fenómeno *podcast* ha contribuido, enormemente, a su difusión, actuando como agente de cambio y permitiendo llegar a millones de usuarios. Asimismo, gracias a la expansión del *podcast* de humor, el feminismo ha encontrado un gran aliado como medio para la automediación, la visibilización de temas considerados tabú y la creación de nuevos referentes femeninos.

En 2004, el periodista de ‘The Guardian’ Ben Hammersley acuñó el término *podcast* “como resultado de la contracción de *iPod* (el lector portátil creado por la empresa estadounidense Apple que permitió a los usuarios descargar ficheros de audio) y de *broadcast* (difusión, en inglés)”⁶. Así, comenzaba una nueva era para el mundo de la comunicación, pues el fenómeno *podcast* había nacido. Años más tarde, y gracias al auge de redes sociales como Twitter, el nuevo formato de audio empezó a ganar popularidad. Pero su verdadero apogeo llegó en 2020, ya que durante la pandemia por covid-19 su uso se extendió y se consolidó, hasta la actualidad, donde se ha convertido en una de las formas de comunicación más populares de *streaming* en España. En 2022 se publicaron varios informes sobre hábitos de consumo en España que pusieron de manifiesto que el auge de los *podcasts* sigue imparable. La plataforma iVoox (líder de *podcasts* en español) concluyó que en 2022 se duplicó el tiempo de escucha de los oyentes que invirtieron 9,5 horas a la semana en la escucha de *podcasts*. Asimismo, el 50,31% de los usuarios afirmó escuchar más *podcasts* que en 2021⁷. En este contexto, personajes famosos y personas anónimas se han lanzado a crear programas de *podcasting* de multitud de temas, entre ellos, el feminismo, cosechando un

⁵ Elidrissi, F. (16 de octubre de 2018). La comedia femenina y feminista que triunfa en Madrid. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/madrid/2018/10/16/5bc5d2b646163f042f8b4631.html>

⁶ Siobhan, M. (2020, 27 febrero) El *podcast*, la radio reinventada. *El Correo de la Unesco*, (1), p. 7-9. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372610_spa

⁷ Martínez, P. (6 de septiembre de 2022). Informe sobre el consumo de *podcast* en español: Se duplica el tiempo de escucha y se consolida el apoyo directo a los creadores – Observatorio iVoox 2022. *Ivoox*. <https://www.ivoox.com/blog/informe-se-duplica-el-tiempo-de-escucha-y-se-consolida-el-apoyo-directo-a-los-creadores/>

gran éxito de audiencia. Gracias a estos *podcasts* aparecen nuevas posibilidades narrativas de persuasión y de instalación de agenda que el feminismo está aprovechando. De igual modo, el mercado del *podcasting* se está dinamizando enormemente, ya que, además de Spotify y Amazon (a nivel mundial), en Europa han surgido multitud de plataformas que están invirtiendo en esta industria: Podimo, iVoox, Sybel, etc⁸.

Los *podcasts* feministas se engloban dentro del ciberfeminismo social que nace en 1993, derivado del ciberfeminismo⁹, y gracias al grupo APC (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones), conformado por mujeres que utilizan la tecnología para empoderarse. En el ámbito español, se puede citar a Monstserrat Boix¹⁰ como referente de este movimiento. Boix creó un canal de *podcasts* dedicado al feminismo llamado 'Auriculares Violetas', en el que "se tratan conceptos como la metáfora de las gafas violetas, el patriarcado, el androcentrismo, el machismo y sexismo, el género, el miedo a la palabra feminista, la sexualidad, los estereotipos y la relación entre la mujer y el mundo laboral, explicados de la manera más sencilla y cotidiana posible para que todas las personas que lleguen a escucharlo lo entiendan"¹¹. Junto al concepto "ciberfeminismo", se debe reseñar el concepto "feminismos tecnologizados¹²" que hace referencia a "los aportes de las intelectuales que, ante el horizonte incierto que suponía la Red, retrataron los claroscuros del ciberespacio".

Se puede afirmar que fue este el nacimiento del *podcast feminista* en España, aunque, como hemos mencionado anteriormente, no fue hasta 2020, en plena pandemia, cuando el universo *podcast* vive su momento de mayor esplendor. Es entonces cuando el *podcast* feminista resurge y utiliza el humor como medio para llegar a más públicos y combatir la tristeza y la desesperanza que la pandemia había traído. En este contexto, los *podcasts* feministas se han hecho hueco dentro de la amplia variedad de contenidos informativos y de entretenimiento en *streaming*, manteniendo una fiel audiencia y transformando a los consumidores de contenido en prosumidores¹³.

⁸ Espinosa De los Monteros, M.J. (17 de octubre de 2020). El imparable auge del *podcast*. *El País*. https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html

⁹ El término *ciberfeminismo* alude a la unión de los términos ciberespacio y feminismo. Surge en la década de los 90 planteado por autoras como Donna Haraway en su obra 'El manifiesto Cyborg', Sadie Plant y el grupo de artistas australianas VNS Matrix, integrado por Julianne Pierce, Josephine Starrs, Virginia Barra y Francesca da Rimini.

¹⁰ Periodista española, investigadora, consultora y formadora en comunicación, TIC y género.

¹¹ Rodríguez, L. & Arias-Rodríguez, M.A. (2019). VI Jornada Universitaria Gallega en Género. *(Re)construyendo el conocimiento*, p. 169-178. <https://doi.org/10.17979/spudc.9788497497589>

¹² Para ampliar información sobre este concepto se puede consultar la obra de la filósofa Rosa María Rodríguez Magda (2019).

¹³ El término hace referencia a la fusión de los conceptos productor y consumidor y fue acuñado por el escritor Alvin Toffler, en su libro 'La tercera ola' (1980) para hacer referencia a los usuarios que no solo consumen contenido, sino que también lo generan.

Según Piñeiro-Otero¹⁴, “las feministas han convertido el *podcast* en el medio innovador con el que es posible tomar la voz y desarrollar el activismo por medio de iniciativas de automediación”. Así, voces como la de la escritora ‘Barbijaputa’ resuenan con fuerza en el panorama del *podcasting* feminista con su programa ‘Radiojaputa’. Su programa, basado en el feminismo radical y emitido semanalmente, es una especie de consultorio que aborda diferentes tipos de problemas que sufren las mujeres.

A esta se le suman otras voces como las de las humoristas Carolina Iglesias y Victoria Martín con su programa ‘Estirando el chicle’ cosechan un enorme éxito de público e, incluso, consiguen ganar un premio Ondas. Asimismo, la cómica Inés Hernand junto a Nerea Pérez de las Heras, con su *podcast* ‘Saldremos mejores’, se han situado como uno de los programas en *streaming* más escuchados de España, al igual que ‘2 rubias muy legales’, el programa de las cómicas Henar Álvarez y Moderna de Pueblo. Todos estos *podcasts* aúnan humor y feminismo para criticar el sistema patriarcal, llegando a miles de seguidores tanto en España como en otros países de habla hispana.

Los casos de éxito de ‘Estirando el chicle’, ‘Saldremos mejores’ y ‘2 rubias muy legales’

Según un estudio¹⁵ de ‘Digital News Report’, publicado en 2022, “el *podcast* se sitúa, en España, en los primeros puestos en el ranking de escucha por países. Concretamente, el 41% de los españoles afirma hacerlo mensualmente, una cifra que crece entre los más jóvenes (18 a 24) llegando al 62%”.

Europa Press publicó, en 2022, un estudio¹⁶ con las siguientes conclusiones: “Casi 18 millones de personas escuchan algún *podcast* en España”, siendo Spotify la plataforma líder en el consumo de este formato (57%), “seguida de la española iVoox (22%)”. Además, “las mujeres ya están en paridad o incluso por delante de los hombres (53% de la audiencia de *podcasts* a nivel estatal), según el *III Estudio de la Voz y el Audio* (cerca del 50% para iVoox)”. Por su parte, la plataforma Ivoox afirma que “aunque la creación de *podcasts* sigue estando liderada por hombres, en los

¹⁴ Piñeiro-Otero, T. (2020). *Podcast* en los procesos de automediación feminista. *Libro de Actas del Congreso Internacional Latina de Comunicación Social 2020*, p.249. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1505>

¹⁵ El Independiente. (21 de julio de 2022). El *podcast* se asienta en España y continúa creciendo con los estrenos de este verano. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/07/21/el-podcast-se-asienta-en-espana-y-continua-creciendo-con-los-estrenos-de-este-verano/>

¹⁶ Europa Press. (6 de septiembre de 2022). El consumo de *podcast* en España se duplica en un año y un 42,5% de los usuarios los escucha a diario. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-consumo-podcast-espana-duplica-ano-425-usuarios-escucha-diaro-20220906131951.html>

últimos años se ha visto un crecimiento de títulos femeninos impulsado por el aumento de la audiencia femenina”, según el mismo estudio publicado por Europa Press. Durante la última década se ha triplicado el número de *podcasters* mujeres. En junio de 2022 se celebró el ‘II Encuentro del *Podcasting* de Cataluña’ donde se debatió sobre la presencia de mujeres en el ámbito del *podcasting*.

Algunos datos que se analizaron demuestran que la presencia de las mujeres en este ámbito es cada vez mayor: “El 60% de los *podcasts* estrenados en 2022 estaban creados y dirigidos por mujeres y orientados al público femenino. Mientras, en el porfolio de Podium, el 24% de los contenidos están dirigidos y/o presentados por mujeres”¹⁷.

El fenómeno social que trata “temas tabúes” desde una perspectiva femenina

‘Estirando el chicle’ es un *podcast* español de humor feminista emitido, cada viernes, en la plataforma Podium *Podcast* (y en vídeo en Podimo *Podcast*), así como en Spotify, Apple *Podcast* e Ivoox. El formato tiene su propio canal de Youtube donde se emite los domingos. El espacio empezó en mayo de 2020 en el canal de Youtube de Carolina Iglesias (Percebes y Grelos). Junto a ella, la también cómica Victoria Martín (LivingPostureo). Ambas dirigen y presentan este formato que, durante su primera temporada, estuvo realizándose de forma muy sencilla, sin grandes pretensiones. De hecho, durante esta primera temporada, el *podcast* lo realizaron ellas íntegramente y solo en uno de los programas invitaron a Nacho Pérez-Pardo y Susana Novo (productor y jefa de comunicación del programa, respectivamente). Cinco meses después, la plataforma *Podium Podcast* comenzó a emitir la segunda temporada del programa, en la que sí que contaron con varias invitadas famosas. Junto al estreno de la tercera temporada, lanzaron, también, ‘Estirando el chicle live’, un espectáculo en directo que giró por diferentes ciudades españolas. Casi un año después de su estreno, en febrero de 2021, la tercera temporada del programa se consiguió ser el *podcast* más escuchado en la plataforma Spotify. En septiembre de ese mismo año, estrenaron la cuarta temporada del programa manteniendo su éxito de público y en septiembre del año siguiente realizaron su último espectáculo en directo: ‘Estirando el chicle Live: Un último hilo (de vida)’ en el WiZink Center de Madrid, con el que agotaron las entradas en un solo día convirtiendo el programa en el primer espectáculo de este estilo en llenar el aforo tan rápido. En enero de 2022 se emitió la cuarta temporada del formato y en marzo de 2023

¹⁷ Gusi, T. (9 de junio de 2022). *Podcast: las mujeres se hacen escuchar. La Independent*. <https://laindependent.cat/es/podcast-las-mujeres-se-hacen-escuchar/>

retomaron las emisiones con la quinta temporada. El formato, además, tiene una edición especial para verano llamada 'Estirando el chicle Summer Edition'. En cuanto a los reconocimientos del programa, el formato ha recibido dos premios Ondas como mejor *podcast* en España.

Asimismo, el dúo cómico formado por Iglesias y Martín cuenta en cada temporada con invitados famosos y *celebrities* con quienes comparten anécdotas y debaten sobre diferentes temas asociados al feminismo como estereotipos de género, desigualdad entre mujeres y hombres, roles de género, violencia contra las mujeres... así como otros de índole social y actualidad, aprovechando el espacio como altavoz para comunicar desde la perspectiva de género, y llegar al mayor número de oyentes posibles. En este sentido, ambas han insistido en una entrevista¹⁸ reciente al periódico digital '20minutos' en que ellas realizan "humor hecho por mujeres" y no "humor femenino" y les parece importante recalcar esto, pues "hemos crecido con la comedia que hacen ellos. Y no pasa nada, pero tiene que haber una pluralidad que, poco a poco, afortunadamente, va llegando".

Actualmente, el coloquio semanal se encuentra dentro del top 3 de los *podcasts* más escuchados en España y cuenta con más de dos millones de visualizaciones en YouTube y más de un millón de reproducciones en formato audio, lo que demuestra que la calidad de su contenido (que siempre une feminismo y humor inteligente) ha sido capaz de consagrar a una audiencia fiel durante estos años. 'Estirando el chicle' ha conseguido crear nuevas narrativas feministas a través de un formato en el que los chistes y las bromas, por parte de las presentadoras y de las invitadas, suelen estar amparados en valores y normas compartidos. Desde el programa, se burlan de temas que, a priori, son muy serios, haciendo gala de un humor inteligente a la par que desenfadado. La columna vertebral del *podcast* es la entrevista con las invitadas: un diálogo desinhibido que consigue acercar al público Milenial y a la Generación Z a los mensajes feministas que sus presentadoras defienden.

El desafío a la complacencia y la crítica perspicaz de la actualidad

'Saldremos mejores'¹⁹ es el espacio presentado por Inés Hernand y Nerea Pérez de las Heras que se creó en 2021. El programa se emite, semanalmente, en Podium *Podcast* y en él ambas comunicadoras comentan, siempre desde el humor, temas de actualidad diaria con un marcado enfoque de género, centrándose en la desigualdad que existe entre mujeres y hombres y poniendo

¹⁸ Latorre, A. (9 de marzo de 2022). Estirando el Chicle: Las cómicas no hemos conquistado espacios, hemos tenido que crear otros nuevos. *20minutos*. <https://www.20minutos.es/noticia/4957375/0/estirando-el-chicle-las-comicas-no-hemos-conquistado-espacios-hemos-tenido-que-crear-otros-nuevos/>

¹⁹ El *podcast* 'Saldremos mejores' puede escucharse en: <https://www.podcastyradio.es/podcast/saldremos-mejores/>

sobre la mesa informaciones que afectan a los derechos de las mujeres. Así, el *podcast* se pone al servicio de la actualidad para analizar, siempre con un marcado humor inteligente y gran ironía, temas de interés social como la política y la economía española. Bajo el paraguas de un enfoque Milenial, Hernand y Pérez de las Heras tratan los temas más complicados y serios sin perder el carisma que las caracteriza. En palabras de Inés Hernand para el medio digital SModa²⁰: “Es un *podcast* de actualidad sociopolítica contada con gracejo y que tratará cuestiones que nos afectan a diario como ciudadanos. Irá más allá de la charla de bar para analizar cuestiones que realmente desconocemos en profundidad”.

En ‘Saldremos mejores’²¹, además de analizar la actualidad, ambas humoristas eligen, cada semana, un tema relevante para tratarlo en profundidad. Las comunicadoras responden durante el programa a preguntas y dudas que plantea su audiencia, generando una cercanía con la misma. El formato se caracteriza por reflexionar sobre la actualidad sociopolítica española desde un humor irreverente y siempre con perspectiva de género.

El programa aporta una mirada feminista a los temas más candentes e intentando atraer a un público joven que, hasta ahora, no estaba muy familiarizado con los formatos de audio.

Por ejemplo²², en el capítulo veintiocho de la primera temporada titulado ‘La España del pelotazo’, las presentadoras repasaron temas de actualidad como la importancia de la salud mental en los jóvenes españoles o los retos climáticos a los que se enfrenta España en los próximos años. Igualmente, en el sexto episodio de la segunda temporada ‘Zapatero talante y pa’lante’, Hernand y Pérez invitaron al expresidente del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero para debatir con él sobre cómo es posible que la violencia machista haya vuelto al debate público, así como las políticas feministas que Zapatero impulsó a lo largo de su mandato y su repercusión en la sociedad española actual.

Asimismo, el formato también ha dado el salto al directo y, actualmente, llevan el espectáculo por diferentes espacios de ciudades españolas con una gran afluencia de público.

²⁰ García, B. (22 de octubre de 2021). Saldremos mejores, el *podcast* que te cuenta con gracia por qué te afectan (y mucho) las noticias de actualidad. *El País*. <https://smoda.elpais.com/placeres/saldremos-mejores>

²¹ Europa Press. (20 de octubre de 2021). Inés Hernand y Nerea Pérez de las Heras protagonizan 'Saldremos mejores', un *podcast* de actualidad para Podium Podcast. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/sociedad/noticia-ines-hernand-nerea-perez-heras-protagonizan-saldremos-mejores-podcast-actualidad-podium-podcast-20211020151240.html>

²² Los ejemplos de programas citados pueden escucharse y verse en el canal de Youtube del programa: <https://www.youtube.com/@SaldremosMejores>

Activismo feminista desde el humor irreverente

El *videopodcast* '2 rubias muy legales' está presentado por Henar Álvarez y Raquel Córcoles en la plataforma Podimo. Se creó en 2022 y se ha convertido en referente del humor feminista. Henar Álvarez es guionista, cómica y colaboradora de radio y Raquel Córcoles, más conocida por su apodo 'Moderna de Pueblo', es comunicadora, ilustradora y una exitosa autora de cómic. En este espacio, ambas comunicadoras conversan en un tono distendido y bromista sobre anécdotas relacionadas con las mujeres. Analizan temas de actualidad relacionados con el feminismo, así como ponen en valor la figura de mujeres referentes en diferentes ámbitos que han sido invisibilizadas por la historia. Ambas son consideradas *influencers del humor*²³ y sus personalidades opuestas las convierten en un tándem exitoso. Haciendo gala de un humor hilarante y, en muchas ocasiones, ácido, ofrecen al oyente un tipo de humor transgresor que "se presenta como una mofa no despectiva del modo imperfecto de ser y de cómo creemos que debemos ser las feministas, siendo más bien una resistencia que una exhibición de una vulnerabilidad común"²⁴. Asimismo, el *podcast* recrea una especie de charlas entre amigas que, lejos de juzgar las controversias y dicotomías de las feministas, las pone en relieve, las analiza desde la burla más respetuosa y se solidariza con ellas, apostando por la sororidad.

Cada dos semanas, invitan a colaboradores habituales e introducen otros elementos narrativos como videoclips, cuentos o sketches. De esta forma, se crea un espacio en el que los miedos, el fracaso y la culpa no se ven como problemas individuales, sino como afectos compartidos. Con todo esto, el espacio consigue que muchas mujeres se sientan identificadas con las historias y anécdotas que se cuentan en él, así como aliviadas por no ser juzgadas en sus decisiones. El formato se convierte en un punto de encuentro e inspiración para mujeres jóvenes (y no tan jóvenes) que han hecho de este espacio todo un éxito de audiencia. Las dos comunicadoras logran captar la atención de buena parte de la audiencia con un lenguaje muy desinhibido y una forma de comunicar alejada de lo políticamente correcto. Como se puede observar a lo largo de este artículo, el humor feminista se encuentra en una fase de consagración y difusión a través de herramientas en pleno esplendor como el *podcasting*. El feminismo ha encontrado un nuevo espacio donde hacerse oír en el universo del *podcast*. Gracias a la difusión que proporcionan las redes sociales, las humoristas españolas son cada vez más reconocidas y su trabajo es más valorado y respetado, convirtiéndose en referentes en un ámbito (el de la comunicación y el

²³ Martínez, C. (1 de febrero de 2022). El *podcast* que une a Moderna de Pueblo y Henar Álvarez para desdramatizar los problemas millenials. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/02/02/el-podcast-que-une-a-moderna-de-pueblo-y-henar-alvarez-para-desdramatizar-los-problemas-millenials/>

²⁴ Polo, S. y Estupiñan, O.J. (2022). "Nuevas narrativas feministas: el *podcast* humorístico. Estudio de caso de 2 rubias muy legales". *DIGIT-ALL*. <https://digit-all.org/ponencia/nuevas-narrativas-feministas-el-podcast-humoristico-estudio-de-caso-2-rubias-muy-legales/>

humor) que siempre ha estado ocupado por voces masculinas. De este modo, estas cómicas no solo están ocupando espacios que antes estaban relegados a los hombres, sino que, además, están creando nuevos espacios.

Se puede hablar de un humor “metafeminista”²⁵ basado en los estereotipos y prejuicios de género que sufren las mujeres (tanto fuera como dentro del feminismo). A pesar de que se ha avanzado mucho, nuestra sociedad sigue marcada por prejuicios sexistas que denigran a las mujeres. Por ello, los medios de comunicación tienen una labor primordial para intentar acabar con estos prejuicios y estereotipos e informar desde una perspectiva de género. Y es aquí donde el humor juega un papel crucial, ya que, gracias a su lenguaje común y sencillo, es capaz de llegar a espacios y públicos que otros formatos no llegan. Como hemos ido analizando a lo largo de este estudio, el humor feminista se ha convertido en una herramienta clave para burlarse y poner de manifiesto lo absurdo del sexismo, desde una perspectiva crítica. “Según Lisa Merrill²⁶, entendemos como humor feminista, aquel que, en vez de despreciar la experiencia de las mujeres, la reconoce y la afirma. Es cierto que se puede cuestionar cómo las mujeres reproducimos roles y estereotipos socialmente impuestos, sin embargo, es un humor “autocrítico sin ser auto-denigratorio”. Por ende, podemos afirmar que en el universo del *podcast* en España existe una comunidad feminista que hace humor y que sabe identificar de qué temas puede burlarse y de cuáles no.

Al analizar los tres *podcasts* propuestos, se puede vislumbrar que el activismo feminista ha sabido utilizar las plataformas digitales, permitiendo una mayor participación de las mujeres en el discurso público y en la agenda pública y los tres ofrecen ideologemas²⁷ muy parecidos, aunque cada uno de ellos plasma su sello personal. Asimismo, se puede concluir que el formato *podcast* ofrece grandes oportunidades al activismo feminista, utilizando estos espacios para el empoderamiento femenino. Se suele decir que el humor debe hacer reír, pero el humor feminista pone de manifiesto que también debe hacer crítica social, tratando temas de los que, a priori, es complicado reírse. Es por eso por lo que más allá de las risas y del entretenimiento, el humor feminista, y, concretamente, en formato *podcast*, que ha llegado para quedarse y cada vez da pasos más firmes, pretende cambiar la sociedad y dejarnos un espacio necesario para la reflexión.

²⁵ Término utilizado en el estudio *Nuevas narrativas feministas: el podcast humorístico. Estudio de caso de 2 rubias muy legales*. (Polo y Estupiñan, 2022) La teoría 'metafeminista' de la mirada matricial y el tiempo-espacio matricial fue acuñada y desarrollada por la artista, filósofa y psicoanalista Bracha L. Ettinger en 1985.

²⁶ Escritora feminista que define el concepto “humor feminista” en su artículo ‘Feminist Humor: Rebellious and Self-Affirming’ (1988).

²⁷ Según las autoras Kristeva y Sarlo el término “ideologema” se puede definir como la representación, dentro de la ideología de cada sujeto, de una práctica, una experiencia o un sentimiento social.

BIBLIOGRAFÍA

- GIL, S. (2021). *Nuevos feminismos. Sentidos comunes en la dispersión*. Traficantes de sueño.
- MCCANN, H. (2020). *El libro del feminismo*. Akal.

WEBOGRAFÍA

- ALONSO, A.P. (28 de septiembre de 2022). Carolina Iglesias de Estirando el chicle: Todavía tenemos muchas cosas que hacer. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/09/28/carolina-iglesias-de-estirando-el-chicle-todavia-tenemos-muchas-cosas-que-hacer/>
- BENÍTEZ, C. (2023, 28 abril). La lista definitiva de estadísticas de *podcasts* para 2023. *Findstack*. <https://findstack.es/resources/podcast-statistics/>
- BING, J. (2004). Is Feminist Humor an Oxymoron?. *Women and Language*, (27), p. 22-33. https://digitalcommons.odu.edu/english_fac_pubs/8
- BRACHA L. ETTINGER. (2022, 19 noviembre). En *Wikipedia*. https://hmong.es/wiki/Bracha_Ettinger
- CAROSIO, A. (2007, junio). La ética feminista: Más allá de la justicia. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, (28), p. 159-184. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-37012007000100009&lng=es&tlng=es.
- EL INDEPENDIENTE. (21 de julio de 2022). El *podcast* se asienta en España y continúa creciendo con los estrenos de este verano. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/07/21/el-podcast-se-asienta-en-espana-y-continua-creciendo-con-los-estrenos-de-este-verano/>
- ELIDRISSI, F. (16 de octubre de 2018). La comedia femenina y feminista que triunfa en Madrid. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/madrid/2018/10/16/5bc5d2b646163f042f8b4631.html>
- ESPINOSA DE LOS MONTEROS, M.J. (17 de octubre de 2020). El imparable auge del *podcast*. *El País*. https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html
- EUROPA PRESS. (20 de octubre de 2021). Inés Hernand y Nerea Pérez de las Heras protagonizan 'Saldremos mejores', un *podcast* de actualidad para Podium *Podcast*. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/sociedad/noticia-ines-hernand-nerea-perez-heras-protagonizan-saldremos-mejores-podcast-actualidad-podium-podcast-20211020151240.html>
- EUROPA PRESS. (6 de septiembre de 2022). El consumo de *podcast* en España se duplica en un año y un 42,5% de los usuarios los escucha a diario. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-consumo-podcast-espana-duplica-ano-425-usuarios-escucha-diario-20220906131951.html>
- EUROPA PRESS y PORTAL TIC. (6 de septiembre de 2022). El consumo de *podcast* en España se duplica en un año y un 42,5% de los usuarios los escucha a diario. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-consumo-podcast-espana-duplica-ano-425-usuarios-escucha-diario-20220906131951.html>

- GARCÍA, B. (22 de octubre de 2021). Saldremos mejores, el *podcast* que te cuenta con gracia por qué te afectan (y mucho) las noticias de actualidad. *El País*. <https://smoda.elpais.com/placeres/saldremos-mejores>
- GUSI, T. (9 de junio de 2022). *Podcast: las mujeres se hacen escuchar*. *La Independent*. <https://laindependent.cat/es/podcast-las-mujeres-se-hacen-escuchar/>
- HOY POR HOY. (2022, 2 marzo). *Lourdes Moreno, Podium Podcast: "Las mujeres queremos ser audibles"* [podcast]. Cadena Ser. <https://cadenaser.com/audio/1646232253034/>
- LAGHRISSE, C. (6 de marzo de 2023). Cinco *podcasts* para entender qué es el feminismo. *La Opinión de Málaga*. <https://www.laopiniondemalaga.es/cultura-espectaculos/2023/03/06/cinco-podcasts-entender-que-es-feminismo-63352551.html>
- LATORRE, A. (9 de marzo de 2022). Estirando el Chicle: Las cómicas no hemos conquistado espacios, hemos tenido que crear otros nuevos. *20minutos*. <https://www.20minutos.es/noticia/4957375/0/estirando-el-chicle-las-comicas-no-hemos-conquistado-espacios-hemos-tenido-que-crear-otros-nuevos/>
- LEYRA, P. (2022, 11 agosto). El humor es cosa seria. *Elle*. <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a40647266/mujeres-humoristas-espana/>
- MARTÍNEZ, C. (1 de febrero de 2022). El *podcast* que une a Moderna de Pueblo y Henar Álvarez para desdramatizar los problemas millenials. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/02/02/el-podcast-que-une-a-moderna-de-pueblo-y-henar-alvarez-para-desdramatizar-los-problemas-millenials/>
- MARTÍNEZ, P. (6 de septiembre de 2022). Informe sobre el consumo de *podcast* en español: Se duplica el tiempo de escucha y se consolida el apoyo directo a los creadores – Observatorio iVoox 2022. *Ivoox*. <https://www.ivoox.com/blog/informe-se-duplica-el-tiempo-de-escucha-y-se-consolida-el-apoyo-directo-a-los-creadores/>
- MERRIL, L. (1988). *Feminist Humor: Rebellious and Self-affirming*. *Last Laughs: Perspectives on Women and Comedy*. (1.^a ed, p. 271-281). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00497878.1988.9978732>
- PIÑEIRO-OTERO, T. (2020). *Podcast en los procesos de automediación feminista*. *Libro de Actas del Congreso Internacional Latina de Comunicación Social 2020*, p.249. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1505>
- PIÑEIRO, T. (2021, 7 marzo). Escúchanos, hermana. Los *podcasts* como prácticas y canales del activismo feminista. *Revista Inclusiones*, (8), p. 231-254. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/2600>
- Podwoman. (2021, 21 septiembre). *El podcasting como herramienta del movimiento feminista* [vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=0MgB5InL2a0>
- POLO, S. & Estupiñán, O.J. (2022, junio). *Nuevas narrativas feministas: el podcast humorístico. Estudio de caso "2 rubias muy legales* [ponencia]. Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital, Valencia. <https://digit-all.org/ponencia/nuevas-narrativas-feministas-el-podcast-humoristico-estudio-de-caso-2-rubias-muy-legales/>
- POLO, S. & ESTUPIÑÁN, O. J. (2023). Creación de nuevas narrativas feministas a partir de *podcast* humorísticos. *Estirando el chicle: Ser ordinarias con Martita de Graná*. Feminismo en la línea del tiempo, desde las (in)visibilidades al concepto de felicidad, (98), p. 632-648. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8996524>
- RECIO, S. (3 de marzo de 2023). Las 5 voces femeninas que arrasan en el universo *podcast*. *El País*. <https://elpais.com/sociedad/2023-03-03/las-5-vozes-femeninas-que-arrasan-en-el-universo-podcast.html>

- RODRÍGUEZ, L. & ARIAS-RODRÍGUEZ, M.A. (2019). VI Jornada Universitaria Gallega en Género. *(Re)construyendo el conocimiento*, p. 169-178. <https://doi.org/10.17979/spudc.9788497497589>
- ROMERO, M. (26 de noviembre de 2020). Un estudio de la UGR muestra que el humor feminista puede ser una herramienta útil para promover la igualdad entre mujeres y hombres. *Canal UGR*. <https://canal.ugr.es/noticia/un-estudio-de-la-ugr-muestra-que-el-humor-feminista-puede-ser-una-herramienta-util-para-promover-la-igualdad-entre-mujeres-y-hombres/>
- SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ, B., Rebollo-Bueno, S. & Sánchez-Ramos, M. (2021). *El podcast sobre el único feminismo sensato que existe. Representación del feminismo radical en Radiojaputa*. Aránguez Sánchez, O. Olariu (Coord.), *Feminismo digital: violencia contra las mujeres y brecha sexista en Internet*, p. 287-319. <https://idus.us.es/handle/11441/129800>
- SANZ, J. C. (22 de diciembre de 2019). Bracha L. Ettinger: La creatividad es femenina, en las mujeres y en los hombres. *El País*. https://elpais.com/elpais/2019/12/18/ideas/1576688156_671181.html
- SIERRA-CABALLERO, F. (2018). Ciberactivismo y movimientos sociales. El espacio público oposicional en la tecnopolítica contemporánea. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), p. 980-990. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1292/51es.html>
- SIOBHAN, M. (2020, 27 febrero) El *podcast*, la radio reinventada. *El Correo de la Unesco*, (1), p. 7-9. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372610_spa
- TRULA, E. M. (2021, 23 junio). Obvio que las mujeres sí son graciosas: 16 cómicas españolas muy por encima del nivel de La Chocita del Loro. *Xataka*. <https://www.xataka.com/magnet/obvio-que-mujeres-graciosas-16-comicas-espanolas>
- VALENZUELA, M. (2020, 4 junio). Bracha L. Ettinger. *Psicólogos en línea*. <https://psicologosenlinea.net/2867-bracha-l-ettinger.html>
- VERDE, N. (14 de mayo de 2022). Objetivo igualdad. El feminismo multiplica su voz en el universo *podcast*. *Corporación de Radio y Televisión Española*. <https://www.rtve.es/noticias/20220514/objetivo-igualdad-feminismo-multiplica-universo-podcast/2346321.shtml>
- ZUMETA, G. (2023, 12 enero). El éxito de Estirando el chicle, hito del *podcast*. *Gorka Zumeta*. <https://www.gorkazumeta.com/2022/10/el-exito-de-estirando-el-chicle-hito.html>