

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 45, año 2026. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-21-8

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género (2026)

José Candón-Mena; Salomé Sola-Morales (editores)

Separata

Capítulo 9

Título del Capítulo

«El pódcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital»

Autoría

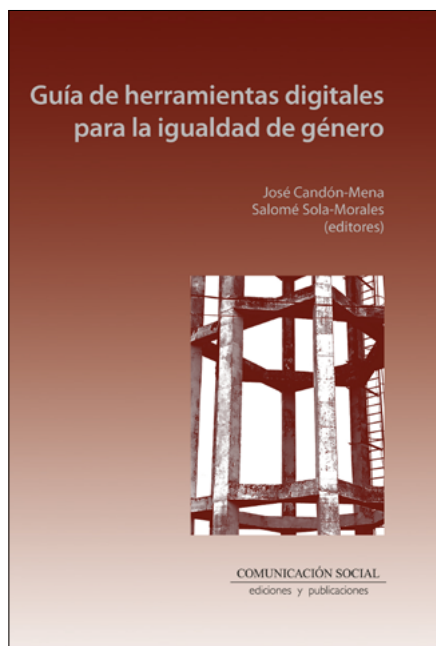
Nuria Sánchez-Gey Valenzuela

Cómo citar este Capítulo

Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2026): «El pódcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital». En Candón-Mena, J.; Sola-Morales, S. (eds.), *Guía de herramientas digitales para la igualdad de género*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-21-8

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c9.emcs.45.tam8>



El libro *Guía de herramientas digitales para la igualdad de género* está integrado en la colección «Tiempos /Activismo Mediático» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Esta guía recopila algunas experiencias inspiradoras sobre el uso de las tecnologías comunicativas en la lucha por la igualdad de género. Más que un catálogo exhaustivo de herramientas, el objetivo principal del libro es ilustrar algunas de las posibilidades de uso subversivo de las nuevas tecnologías al servicio del feminismo y la igualdad.

El mundo virtual está lleno de contradicciones, de espacios de dominación, pero también de resistencia, de usos subversivos que abren posibilidades liberadoras y alternativas feministas, incluso en el entorno neofeudal de las redes corporativas controladas por tecno-oligarcas aliados del capitalismo y el patriarcado.

El texto propone herramientas y estrategias para que las profesionales y activistas —periodistas, creadoras de contenidos, trabajadoras del tercer sector, ONG y medios comunitarios— refuercen sus usos de la tecnología digital en clave feminista.

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género aborda diferentes iniciativas en las que se usan las herramientas informáticas y las redes digitales para promover la igualdad, la libertad y la defensa de los derechos de las mujeres.

El texto pretende inspirar a mujeres y colectivos feministas sobre las posibilidades de subvertir el uso patriarcal de las TIC y apropiarse de ellas para empoderar a las mujeres y combatir todo tipo de desigualdades y abusos; siempre teniendo presente que las redes digitales se enmarcan en un sistema capitalista y patriarcal que se reproduce en el entorno digital.

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género

colección «TIEMPOS / ACTIVISMO MEDIÁTICO»

Colección dirigida por José Candón-Mena
Universidad de Sevilla

José Candón-Mena
Salomé Sola-Morales
(editores)

Guía de herramientas digitales para la igualdad de género



SALAMANCA, 2026

1ª edición: Salamanca, 2026.

Esta publicación es parte del Proyecto de Cooperación al Desarrollo «Fortalecimiento del Tercer Sector andaluz en Comunicación, TIC e Innovación Social mediante el Aprendizaje-Servicio de Mujeres Universitarias» (ComTIC3s), financiado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID). Entidad beneficiaria: Oficina de Cooperación al Desarrollo de la Universidad de Sevilla. Coordinador: José Candón-Mena. <https://institucional.us.es/comtic3s>



Revisión general de la obra: Pedro J. Crespo

Diseño y producción gráfica: © by Pepa Peláez, Editora.

Fotografía de portada: © by Pepa Peláez González, 2026.

Del texto: © by Los Autores, 2026.

Este libro ha sido publicado bajo Licencia Creative Commons
CC BY-NC-ND



De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:
© by PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2026).

Gestión:

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

Taller editorial y almacén:

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

ISBN: 978-84-10176-21-8

Depósito Legal: DL S 199-2026

Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Presentación. Herramientas digitales para la igualdad de género	9
<i>por José Candón-Mena; Salomé Sola-Morales</i>	
Referencias	18
1. Autodefensa feminista frente a las violencias de género digitales. Del DonesTech al testimonio ético en redes	21
<i>por María Sánchez-Ramos; Belén Zurbano-Berenguer</i>	
Introducción	21
1. Violencias de género digitales, manifestaciones y expresiones	22
2. Recursos digitales: del Donestech al testimonio ético en redes	28
3. Referencias	32
2. Desinformación y discurso machista: verificar con perspectiva de género	37
<i>por Dafne Calvo</i>	
Introducción	37
1. Estrategias de desinformación, fondo y forma	38
2. Verificación de información: proyectos y herramientas	40
3. Referencias	45
3. Respetar la privacidad no debería ser una opción	49
<i>por Marina Gómez-Alcalde</i>	
Introducción	49
1. ¿Qué es el fediverso?	52

2. Alternativas de aplicaciones y sitios webs	52
3. Ventajas del software libre	56
4. La tecnología no se asume, se lidera	57
5. Conclusión	60
6. Referencias	61
4. Cómo editar wikipedia con perspectiva de género	65
<i>por Patricia Horrillo-Guerra</i>	
Introducción	65
1. Wikipedia como herramienta para la igualdad	66
2. La brecha de género en Wikipedia	67
3. Guía práctica: paso a paso	68
Paso 1. Crear una cuenta	69
Paso 2. Conocer los principios básicos	69
Paso 3. Elegir a quién visibilizar	70
Paso 4. Verificar la relevancia enciclopédica	71
Paso 5. Redactar sin reproducir sesgos	72
Paso 6. Publicar, mejorar, mantener	72
4. Wikiesfera: un modelo de aprendizaje feminista	73
5. Recursos y enlaces	74
5. Femitags: los <i>hashtags</i> como caja de herramientas para el activismo feminista	77
<i>por Guiomar Rovira-Sancho</i>	
Introducción: ¿por qué hablar de «femitags»?	77
1. ¿Qué es un femitag?	78
2. Los femitags como «caja de herramientas»: funciones prácticas	81
2.1. Femitags para convocar a la acción	81
2.2. Femitags de agenda política y pedagogía feminista	82
2.3. Femitags para contar y contarnos	82
2.4. Femitags de denuncia e indexación	84
2.5. Femitags de paradoja y reflexividad	85
2.6. Femitags del afecto y amistad política	85
3. Riesgos, límites y tensiones	86
5. Guía práctica: ¿cómo usar femitags estratégicamente?	87
6. Conclusión: transformar las palabras en puntos de encuentro	88
7. Referencias	89

6. Email marketing desde una mirada más abierta	93
<i>por Isabel Porras-Novalbos</i>	
Introducción	93
1. El email marketing	93
2. Odoos como herramienta de software libre para estrategias de email marketing	96
3. ¿Cómo llevar a cabo una estrategia de email marketing?	98
4. Referencias	99
7. Crowdfunding para el tercer sector	103
<i>por Macarena Hernández-Conde</i>	
Introducción	103
1. Rebobinemos: ¿qué es un crowdfunding?	103
2. Definir un proyecto financiable	105
3. La comunidad como base de la campaña	107
4. Fases de la campaña	108
5. Aprendizaje y mejora continua	111
8. Mapeo para el cambio social y contra la violencia de género	115
<i>por Salomé Sola-Morales</i>	
Introducción	115
1. Los mapas como tecnología	116
2. El mapa como genealogía de la ciudad	117
2.1. Los imaginarios urbanos	118
3. Geolocalización y activismo de datos	120
3.1. Activismo de datos y visualizaciones	121
4. Algunas iniciativas interesantes de las que aprender	123
5. Referencias	124
9. El podcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital	129
<i>por Nuria Sánchez-Gey Valenzuela</i>	
Presentación del tema	129
1. Podcast e igualdad de género	130
2. Podcast en clave feminista	131
2.1. Estirando el Chicle	132
2.2. Deforme Semanal Ideal Total	132
2.3. Sangre Fucsia	133

2.4. Radiojaputa	133
3. Cómo crear un pódcast a favor de la igualdad de género	134
4. ¿Y si no se busca un pódcast de temática solo feminista o el pódcast ya está creado?	137
5. Referencias	138
10. El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás	143
<i>por Almudena Mata-Núñez</i>	
Introducción	143
1. Feminismo y redes sociales	145
2. «Yo sí te creo». El Instagram de Cristina Fallarás	147
3. Referencias	149
11. El pódcast como herramienta digital para la conciliación y los cuidados	153
<i>por María Limón-Navarro; Nuria Sánchez-Gey Valenzuela</i>	
Introducción: el auge de los podcast como herramienta de comunicación y feminismo	153
1. El pódcast como herramienta frente al reto pendiente de la conciliación	155
2. Fórmulas para generar un pódcast sobre conciliación en un taller colaborativo feminista	156
2.1. Decisiones iniciales y roles de cada miembro del equipo	159
2.2. Un guion atractivo y dinámico	160
2.3. Escaleta y grabación	161
2.4. Difusión	162
3. Resultados y conclusión	163
4. Referencias	165

9.

9. El pódcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital

Nuria Sánchez-Gey Valenzuela
Universidad de Sevilla

Presentación del tema

Hace pocos años habría que haber empezado este texto explicando que un pódcast es una serie de episodios, principalmente de audio, aunque también puede ser de vídeo, descargables y reproducibles en línea, enfocados a un tema específico y disponibles ‘bajo demanda’. Una diferencia importante de este formato respecto a la radio tradicional es que el oyente puede decidir cuándo y dónde escucharlo, una característica que ha multiplicado exponencialmente su difusión, en una sociedad donde el tiempo cada vez tiene mayor valor. Por ello, de ser un recurso digital minoritario en sus inicios, en la actualidad, según informes de la industria, la audiencia global de pódcast ha aumentado de manera constante en los últimos años, alcanzando más de 584 millones de oyentes en 2025, mientras que el número de programas disponibles también continúa creciendo, lo que evidencia un desarrollo sostenido del sector (Edison Research, 2025).

Estas cifras y su tendencia al alza demuestran la importancia que tiene este recurso digital como herramienta para la difusión de ideas. Pero, si nos centra-

mos en el terreno de las luchas minoritarias, el valor del pódcast es incluso mayor. En el caso concreto del trabajo que se presenta, se ha escogido una de las batallas sociales que necesita respaldo desde todas las plataformas posibles, y el caso del pódcast no queda al margen. La temática seleccionada ha sido la batalla a favor de la igualdad de género.

Según ONU Mujeres, la organización de las Naciones Unidas que desarrolla programas, políticas y normas con el fin de defender los derechos humanos de las mujeres, la igualdad de género es un derecho humano fundamental que garantiza la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades para todas las personas, independientemente de su sexo o identidad de género (ONU Mujeres, s.f.). Y en esta protección los medios de comunicación tienen un papel fundamental de altavoz, y también los nuevos medios, entre los que podemos situar las plataformas digitales, las redes sociales y, como no, el pódcast (Moreno; Román-San Miguel, 2020).

1. Pódcast e igualdad de género

¿Y cómo puede un pódcast aportar al compromiso con la igualdad de género? Pues de muchas maneras, pero el eje central puede ser en la transmisión y construcción de valores, creencias y normas sociales que apoyen esta tarea. Es cierto que los medios de comunicación históricamente han servido para transmitir discursos que pueden reforzar estereotipos de género (Vera; Pecharrimán; Núñez, 2025) o, por el contrario,

contribuir a su eliminación y, por tanto, a la promoción de la igualdad. El pódcast no queda al margen de esto.

Los cambios tecnológicos que se han vivido en los últimos años han afectado directamente al tipo de comunicación que predomina en la actualidad. La aparición de las plataformas digitales, las versiones *online* de los medios de comunicación tradicionales, la eclosión de las redes sociales, el descrédito del periodismo tradicional (Salaverría *et al.*, 2024), entre otros.

La unión de todas estas tendencias ha hecho que el ciudadano busque informaciones a través de otros canales, quizás en sus inicios definidos como alternativos (Reyes, 2025). A esta necesidad de ofrecer contenidos diferentes para un público ahora más proactivo se agarra en sus inicios el pódcast, apoyado en los avances tecnológicos que han posibilitado que casi cualquier persona, con un mínimo de preparación y con un teléfono móvil y acceso a internet pueda crear su propio pódcast. Gracias a esta facilidad técnica surgen multitud de pódcast, muchos *amateurs*, y con poca base periodística. Evidentemente dentro de sus temáticas se incluyen algunos que incluyen elementos de búsqueda de la equidad de género.

2. *Pódcast en clave feminista*

En España destacan por su relevancia y reconocimiento los siguientes pódcast de temática feminista:

2.1. *Estirando el Chicle*

«Estirando el Chicle» se trata de uno de los podcast feministas más influyentes y premiados en España, destacando por ganar el Premio Ondas 2021 a Mejor Podcast o programa de emisión digital. Aborda la actualidad y el feminismo con humor y éxito masivo. Fue uno de los pioneros y, todavía hoy, continúa publicándose cada semana. «Estirando el Chicle» vio la luz en mayo de 2020, en pleno confinamiento por la covid-19, con un formato sencillo y un marcado tono humorístico que se ha mantenido con el paso del tiempo. Conducido por Carolina Iglesias y Victoria Martín, el programa trata temas muy variados gracias a la participación semanal de invitadas diferentes, muchas de ellas figuras destacadas del panorama cultural y mediático. Por el podcast han pasado nombres como Silvia Abril, Malena Alterio, Isabel Coixet, Bárbara Rey, la astronauta Sara García, Julieta Venegas o Carmen Machi. Desde el humor, conversan sobre política, actualidad y experiencias del día a día.

2.2. *Deforme Semanal Ideal Total*

«Deforme Semanal Ideal Total» es un podcast español de corte cultural, político, humorístico y feminista que se emite desde 2019. El proyecto está creado, producido y conducido por la periodista Lucía Lijtmaer y la guionista Isa Calderón. Con una periodicidad quincenal, el programa gira en torno a un tema central desde el cual se comentan libros, películas y figuras públicas. Estos análisis se combinan con música.

ca, vivencias personales, reflexiones propias y un tono humorístico característico.

2.3. *Sangre Fucsia*

«Sangre Fucsia» surgió en Madrid en febrero de 2013, en el centro social autogestionado Eskalera Karakola. El programa se emite los viernes de 20:00 a 21:00 en Ágora Sol Radio, una emisora libre y autogestionada, y también puede escucharse a través de su página web. El colectivo que forma Sangre Fucsia se rige por los principios de las radios comunitarias, funcionando de manera horizontal y mediante organización asamblearia. Considerado uno de los programas pioneros y más relevantes del ámbito de la radio feminista en castellano, ha sido reconocido por su impacto en el feminismo contemporáneo y por su trabajo en favor de la igualdad en Madrid. Sus contenidos abordan cuestiones culturales y políticas desde una mirada crítica y feminista.

2.4. *Radiojaputa*

«Radiojaputa» es un programa de radio y pódcast feminista en español, creado y presentado por Barbijaputa. El espacio se centra en el análisis de cuestiones sociales y políticas desde una perspectiva feminista crítica, abordando temas como la desigualdad de género, la violencia machista y las estructuras del patriarcado. El programa se caracteriza por un discurso directo y reivindicativo, con el objetivo de generar reflexión y debate en torno al feminismo contemporáneo. A lo

largo de sus episodios combina análisis, opinión y denuncia social, consolidándose como un referente dentro del ámbito del feminismo político en formato radiofónico. ¿Y qué tienen en común estos podcasts? Son herramientas digitales que transmiten contenidos centrados en la eliminación de las desigualdades de género. Vamos a desgranar los elementos que se repiten para poder tener herramientas concretas para crear un podcast feminista.

3. Cómo crear un podcast a favor de la igualdad de género

En este epígrafe se exponen elementos necesarios para crear un podcast comprometido con la igualdad y los derechos de las mujeres. No hay una sola fórmula, y como se puede comprobar en los ejemplos presentados, hay elementos que se repiten.

a) Tipo de feminismo

El primer paso es tener en cuenta que no hay un solo tipo de feminismo (Barraza, 2025) ni una sola manera de encarar la lucha por la igualdad. Así que será necesario determinar qué tipo de feminismo se quiere desarrollar (interseccional, comunitario, académico, juvenil...) y ver qué temas se quieren tratar (igualdad, derechos reproductivos, experiencias personales, techo de cristal, cultura, activismo, historia, violencias...)

b) Formato

Después es obligatorio precisar el formato. Ejemplos pueden ser: conversaciones, testimonios y experien-

cias reales, entrevistas, episodios educativos, píldoras, unión de charla, análisis, reflexiones...

Asimismo, será necesario determinar la duración, regularidad, ver los espacios fijos, las secciones (por ejemplo, presentación, propósito del pódcast, tema del día, conversación-reflexión-entrevista, cierre), o los elementos técnicos que le dan unidad (cabecera, ráfagas, cortinillas, presentadores-conductores, etc.).

c) *Equipo necesario*

Como ya se ha indicado, el avance de las nuevas tecnologías ha conllevado a un abaratamiento de los costes que lleva siempre aparejada una democratización de la creación de este tipo de espacios. En este sentido, se puede hablar del equipo mínimo necesario, así un micrófono sencillo, un teléfono móvil, aplicaciones para grabar y editar (tipo Audacity, GarageBand, Spotify for Pódcasters), serán suficientes para conseguir la creación del producto, aunque nunca debemos olvidar que la inversión en buen material supone siempre mejor calidad técnica del resultado total y, además, facilita el trabajo porque reduce el trabajo de mejora de los audios, montaje y, en general, los trabajos de edición.

Además del equipo técnico, es vital el equipo humano con el que se cuenta. A más profesionalidad, mejores resultados. Hacer un trabajo previo de producción, de guion, de edición, etc., siempre garantizará un mejor resultado final.

d) *Dale nombre*

Encontrar un nombre apropiado para el proyecto. El nombre debe tener fuerza e identidad, y es preciso que refleje esos valores centrales del producto, como

pueden ser la igualdad, la justicia o la sonoridad, entre otros. Es ineludible comprobar en la oficina de patentes y marcas si el denominativo escogido no está siendo usado por otros para nombrar a un producto incluido en la misma modalidad.

e) *Uso del lenguaje y compromiso moral*

En una temática como el feminismo es importante no solo lo que se dice sino también cómo se dice. De aquí la importancia del uso del lenguaje. Es ineludible el uso de lenguaje inclusivo, evitar estereotipos, cuidar las fuentes (y es vital visibilizar las expertas frente a los expertos), dar espacio a voces diversas y tener mucho cuidado con los límites éticos, ante temas sensibles ser cuidadoso, respetuoso, basarse en datos más que en opiniones y respetar la neutralidad y las leyes y los derechos humanos.

f) *Que el mensaje llegue y cale*

Es importante crear un contenido bueno, sin duda, pero si se queda en el cajón o en el grupo de amigos ya convencidos, el fin del pódcast no se consigue, *en consecuencia*, también son muy necesarios los recursos y el esfuerzo destinados a que el mensaje cale, y para ello es necesario difundir y crear comunidad. Por tanto, será fundamental la plataforma en que se emita (Spotify, iVoox o Apple Podcasts, por ejemplo), la promoción que se haga por las redes sociales, incluso la creación de perfiles propios del pódcast, invitar a la audiencia a participar y también a difundir, y para todo esto algo fundamental es la constancia y regularidad.

4. ¿Y si no se busca un pódcast de temática solo feminista o el pódcast ya está creado?

Puede ser que se quiera aportar en la igualdad entre géneros, pero no desde un pódcast exclusivamente de temática feminista o que tras leer este texto se quiera orientar un pódcast concreto hacia la eliminación de las desigualdades de género o aportar algo en esta batalla.

En este caso se pueden introducir elementos concretos ya mencionados como, por ejemplo, priorizar a las expertas frente a los expertos en todas las materias, utilizar lenguaje inclusivo, etc. Pero además se pueden incluir contenidos concretos que apoyen la igualdad de género. En este sentido se pueden hacer episodios concretos con enfoques feministas o incluir efemérides feministas o un apartado fijo con ojos de mujer... Por ello, se propone un ejemplo concreto, el pódcast «Hablando en Clima», que se emitía a través de Radius, la radio de la Universidad de Sevilla, (y que en la actualidad ha pasado a llamarse «Diálogos por el clima» y se puede encontrar en iVoox) dirigido por el doctor Daniel Rodrigo-Cano y en la codirección la doctora Rosalba Mancinas. Se trata de un formato que incluye iniciativas de comunicación y debate enfocadas en abordar el cambio climático, su impacto y soluciones. Un pódcast que no se puede considerar exclusivamente feminista pero que prioriza las voces de mujer, utiliza lenguaje inclusivo, introduce temas en favor de la igualdad de géneros, incluye enfoques femeninos y feministas y además en momentos concretos ha abordado temá-

ticas feministas, por ejemplo, un episodio completo dedicado al ecofeminismo, «Ecofeminismo para la justicia climática. En este episodio, para abordar esta temática que aporta a favor de la igualdad de género», se incluye el testimonio de Mari Cruz Tornay Márquez, que además de doctora en comunicación realizó su tesis sobre comunicación subalternidad y género. Asimismo, las periodistas Nuria Cubero y Nuria Sánchez-Gey en sus distintas secciones —una más informativa y otra de corte humorístico— han puesto en el centro la temática ecofeminista (Rodrigo; Mancinas, 2025).

Todo lo expuesto en este capítulo sirve para incluir el pódcast como recurso digital que puede aportar en el trabajo comprometido con la equidad de género. Su papel fundamental en la actualidad en la difusión de ideas lo convierte en una herramienta digital óptima para la igualdad de género.

5. Referencias

- Barraza Cárdenas, P.C. (2025). Los fantasmas del feminismo. Pasado, presente y futuro. *Perspectiva de género: feminismo y familia*, 67-93. Universidad Juárez del Estado de Durango.
- Edison Research (2025). *The Podcast Consumer 2025* (23 de julio). <https://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2025/>
- Moreno Espinosa, Pastora; Román San Miguel, Aránzazu (2020). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(1), 432-453.
- ONU Mujeres. (s.f.). *Conceptos y definiciones: Igualdad de género*. Naciones Unidas. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/gender-equality-and-womens-empowerment>
- Reyes Hidalgo, C.M. (2025). Optimización de la comunicación externa mediante el uso de Podcast. *GIGAPP Estudios Working*

- Papers*, 10(298-306), 905-918.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15722408>
- Rodrigo, D.; Mancinas, R. (2025, 22 de mayo). *Ecofeminismo para la justicia climática* (No. 1X08) [Episodio de pódcast de audio]. En *Hablando en clima*. Radius. https://www.ivoox.com/episodio1x08-ecofeminismo-para-justicia-climatica-audios-mp3_rf_148194381_1.html
- Salaverría, Ramón; Bachmann, Ingrid; Magallón Rosa, Raúl (2024). Desinformación y confianza en los medios. *Index Comunicación* <https://doi.org/10.62008/ixc/14/02>
- Vera Balanza, M.T.; Pecharrimán de la Cruz, C.; Núñez Domínguez, T. (2025) Contribuciones al enfoque de género en el sistema público de radiotelevisión. Genealogías y proyectos. En R.A. De Frutos García, *La importancia de la comunicación con perspectiva de género* (coord.) pp. 59-78. Tirant.

