

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 45, año 2026. URL: [espejodemonografias.comunicacionsocial.es](http://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 11

### Título del Capítulo

«El pódcast como herramienta digital  
para la conciliación y los cuidados»

### Autoría

María Limón-Navarro

Nuria Sánchez-Gey Valenzuela

### Cómo citar este Capítulo

Limón-Navarro, M.; Sánchez-Gey Valenzuela, A. (2026): «El pódcast como herramienta digital para la conciliación y los cuidados». 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/c11.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

<b>Presentación. Herramientas digitales para la igualdad de género</b>	<b>9</b>
<i>por José Candón-Mena; Salomé Sola-Morales</i>	
Referencias	18
<b>1. Autodefensa feminista frente a las violencias de género digitales. Del DonesTech al testimonio ético en redes</b>	<b>21</b>
<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
<b>2. Desinformación y discurso machista: verificar con perspectiva de género</b>	<b>37</b>
<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
<b>3. Respetar la privacidad no debería ser una opción</b>	<b>49</b>
<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
<b>4. Cómo editar wikipedia con perspectiva de género</b>	<b>65</b>
<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
<b>5. Femitags: los <i>hashtags</i> como caja de herramientas para el activismo feminista</b>	<b>77</b>
<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

<b>6. Email marketing desde una mirada más abierta</b>	<b>93</b>
<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
<b>7. Crowdfunding para el tercer sector</b>	<b>103</b>
<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
<b>8. Mapeo para el cambio social y contra la violencia de género</b>	<b>115</b>
<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
<b>9. El podcast como altavoz de la igualdad de género. Una aproximación desde el ecofeminismo en el entorno digital</b>	<b>129</b>
<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
<b>10. El relato de la violencia de género en Instagram: la cuenta de Cristina Fallarás</b>	<b>143</b>
<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
<b>11. El pódcast como herramienta digital para la conciliación y los cuidados</b>	<b>153</b>
<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

**11.**



## 11. El pódcast como herramienta digital para la conciliación y los cuidados

*María Limón-Navarro*  
Centro EUSA  
*Nuria Sánchez-Gey Valenzuela*  
Universidad de Sevilla

*Introducción: el auge de los pódcast como herramienta de comunicación y feminismo*

Actualmente es indudable que el fenómeno podcast ha impregnado el universo digital incidiendo e interpellando a diferentes capas de población alfabetizadas mediáticamente, y no tan solo a la generación Z, y a su vez respondiendo a la necesidad comunicativa global y de expresión en la que vivimos. En la actualidad se ha vivido un proceso en el que se ha pasado de la sociedad de la información a la sociedad de la comunicación, como proceso interactivo donde entre la persona emisora y la receptora se provoca un cambio. En este contexto de hiperconectividad, se ha extendido la percepción de que no existen barreras para la comunicación, posibilitando la difusión masiva de mensajes, productos o campañas. No obstante, esta idea debe matizarse al considerar que las plataformas digitales operan bajo lógicas propias del capitalismo de plataformas (Srnicek, 2017) y del denominado capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2019), donde los

datos y las identidades digitales se convierten en mercancía.

Este modelo contrasta con los principios del feminismo, que sitúan la vida y los cuidados en el centro, promoviendo la equidad, el apoyo mutuo y la toma de decisiones colectiva (Pérez Orozco, 2014; Carrasco, 2017). Diversas investigaciones han evidenciado que las narrativas feministas han sido tradicionalmente excluidas de los medios de comunicación de masas o representadas a través de estereotipos y enfoques peyorativos (Gill, 2007; Bernárdez-Rodal, 2015). En este escenario, el auge del podcasting (Bonini, 2015; Spinelli; Dann, 2019) ha abierto nuevas oportunidades para la apropiación del discurso por parte de las mujeres, favoreciendo la construcción de relatos colaborativos desde el ciberfeminismo (Wajcman, 2004).

Uno de los factores que ha facilitado esta expansión es la accesibilidad técnica y económica del pódcast, lo que permite su autogestión, al igual que ocurría con la radio en sus inicios. Sin embargo, los códigos narrativos, los ritmos y los lenguajes han evolucionado hacia formatos más dinámicos y adaptados a la cultura digital contemporánea.

El auge del pódcast en Estados Unidos, especialmente a partir de 2014 con el fenómeno SERIAL, marcó un punto de inflexión en el consumo de contenidos sonoros. Posteriormente, este formato se ha expandido y diversificado, incorporando géneros como el *true crime* y adaptándose al ecosistema transmedia (Jenkins, 2006; Scolari, 2013). En España, su desarrollo ha seguido una trayectoria similar, integrándose con plataformas como Spotify o Ivoox y ex-

tendiéndose a formatos audiovisuales (Martín-Nieto et al., 2023).

En este contexto, el pódcast se consolida no solo como un formato emergente dentro del ecosistema mediático digital, sino como un espacio estratégico para la reconfiguración de las prácticas comunicativas desde perspectivas críticas. Su flexibilidad narrativa, accesibilidad técnica y capacidad para generar comunidad lo convierten en una herramienta especialmente pertinente para el desarrollo de discursos feministas que cuestionen las lógicas dominantes y promuevan nuevas formas de representación. Así, el pódcast no solo amplía las posibilidades de producción y difusión de contenidos, sino que también favorece la construcción de espacios de diálogo, reflexión y acción colectiva, situándose como un recurso clave en la articulación contemporánea entre comunicación, tecnología y feminismo.

### *1. El pódcast como herramienta frente al reto pendiente de la conciliación*

Los datos continúan evidenciando la persistencia de desigualdades estructurales en el ámbito laboral y social, como los techos de cristal, la feminización de los cuidados o la sobrecarga mental asociada a la maternidad (Eurofound, 2020; Instituto de las Mujeres, 2022). A pesar de los avances legislativos, la conciliación sigue siendo una asignatura pendiente.

La organización social de los cuidados continúa recayendo mayoritariamente en las mujeres, lo que evi-

dencia la necesidad de transformar tanto las políticas públicas como las dinámicas culturales. En este sentido, la comunicación desempeña un papel clave en la generación de conciencia social. Iniciativas como el Club de Malasmadres, impulsado por Laura Baena y cuyo «objetivo es desmitificar la maternidad, romper con el estereotipo de la ‘madre perfecta’, luchar por la conciliación real y fomentar la igualdad, todo con un enfoque de humor, sororidad y alergia a la ñoñería» (Club de malasmadres, s.f.), han contribuido a visibilizar estas problemáticas desde enfoques innovadores, combinando humor, comunidad digital y activismo social. Asimismo, propuestas como ‘Deforme semanal’ (Deforme semanal, s.f.) evidencian el potencial del pódcast como espacio de reflexión colectiva.

El uso del humor feminista se consolida como una estrategia comunicativa eficaz, capaz de cuestionar normas sociales y generar identificación con las audiencias (Barreca, 1991; Mendible, 2007). Además, estos espacios incorporan perspectivas interseccionales (Crenshaw, 1989; Collins, 2000), ampliando el alcance de los discursos feministas.

## *2. Fórmulas para generar un pódcast sobre conciliación en un taller colaborativo feminista*

En este apartado se va a detallar la experiencia en el proceso de elaboración de unos pódcast feministas. La actividad analizada se desarrolló en el marco del curso sobre «Herramientas digitales para la igualdad de género», vinculado al Proyecto de Cooperación al De-

sarrollo «Fortalecimiento del Tercer Sector andaluz en Comunicación, TIC e Innovación Social mediante el Aprendizaje-Servicio de Mujeres Universitarias» (ver: <https://institucional.us.es/comtic3s/>), donde se promovió el aprendizaje colaborativo y la reflexión crítica. Los pódcast elaborados pueden consultarse en la siguiente dirección: <https://emartv.org/formacion-herramientas-digitales-para-la-igualdad-de-genero/>

Para la creación de un pódcast en un contexto formativo feminista, resulta fundamental generar un espacio de diálogo y consenso en torno al concepto de conciliación, integrando experiencias personales y conocimientos teóricos. Este proceso permite construir un relato colectivo basado en la diversidad de vivencias. Asimismo, será preciso hablar y comunicarse en torno a la palabra conciliación:

- ¿Qué significa para cada participante la conciliación?
- Conocimiento de medidas legales eficaces e ineficaces para la conciliación
- ¿Existen herramientas digitales para la conciliación? Búsqueda de referentes.
- Modelos, planes y, medidas innovadores que funcionan en torno a la conciliación.
- Compartir experiencias entre todas las participantes de las dificultades concretas de su vida sin conciliación o de su entorno más cercano.
- Autocuidado para cuidar, y cuidados en las formas de trabajar juntas en un proyecto como un pódcast o cualquier otro.
- Identificar a las «otras» madres del parque. ¿Qué hacen? ¿Qué no hacen que debieran hacer para

entrar dentro de los cánones de buena madre o cuidadora?

El trabajo se estructuró en varias fases: debate conceptual, toma de decisiones colectivas, diseño del contenido y producción del pódcast. Se utilizaron referencias teóricas y materiales especializados para contextualizar el proceso.

Durante el curso hubo un amplio espacio para el debate, ya que se consideraba esencial llegar a consensos, códigos comunes, iniciativas y conceptos sobre los que algunas participantes no hubieran reflexionado, y que pudieran extrapolarlos a sus ámbitos personales, familiares y laborales. Para ello se requirió utilizar documentos, referencias de libros, pódcast y estudios que aportasen conocimientos e ideas para desarrollar posteriormente un relato propio y colaborativo.

Una de las guías utilizadas fue el documento *Programa de Derechos a los Cuidados en Andalucía. Aliadas por la Ciudadanía* (2025), resultado de un proyecto de investigación realizado por Alianza por la Solidaridad. Los conceptos introductorios de este estudio y sus conceptualizaciones fueron muy útiles para poner al grupo en contexto y favorecer la emergencia de ideas para un pódcast. Para ello se usaron los siguientes conceptos:

- Cuidados. Cuidar es re-existir y resistir.
- Ciudadanía*.
- Agentes en los cuidados: una mirada integral.
- Discriminaciones en los cuidados.
- Cuidados adecuados. ¿Por qué cuidados en plural?
- Generación Sandwich.
- División sexual del trabajo.

- Género y cuidados: Feminización de los cuidados.
- Cuidados colectivos.

Una vez cerrada esta primera parte, se procedió a la toma de decisiones desde un enfoque feminista y horizontal, es decir, donde todas las participantes pudieran aportar desde su experiencia y tiempo disponible. Se trabajó, por tanto, sobre cuidados y en este aspecto se determinó la necesidad de aceptar los diferentes ritmos.

### *2.1. Decisiones iniciales y roles de cada miembro del equipo*

Para poder consensuar posturas, se precisó marcar y decidir entre todas las participantes cuál sería el público objetivo. Dado que el grupo estaba compuesto por mujeres de diferentes generaciones, y por tanto con diferentes roles en cuanto a los cuidados que asumían, la decisión fue clara. En este sentido se determinó que era necesario que el pódcast llegara a diferentes edades y etapas vitales: desde madres jóvenes en plena crianza inicial, hasta mujeres de la generación *sándwich*, que tienen que equilibrar cuidados de sus mayores y sus descendientes adolescentes.

Otra de las necesidades consiste en decidir el nombre del pódcast. Una vez revisados algunos pódcast de referencia, y tras una lluvia de ideas, el nombre decidido fue: *Culpas pa' fuera*. Un título que incluye el uso del acento identitario andaluz. Otras claves que deberían ser identitarias del pódcast fueron las siguientes:

- Humor irónico.
- Empatía.

- Cercano.
- Conciencia feminista.
- Sororo.
- Diversidad.
- Informativo.
- Interseccional.
- Charla entre amigas.
- Preguntas con intervenciones de oyentes.

Otra de las decisiones necesarias es repartir el rol que cada una de las componentes va a asumir en la creación del pódcast. En un pódcast con un enfoque feminista es fundamental que la toma de decisiones sea desde la consideración de lo que cada una valora que puede hacer. Definir los roles en este sentido es muy importante: desde quién se va a encargar de cada parte de los diálogos, quién será presentadora, quién pondrá su voz y tono de humor, quién buscará temas musicales feministas... Otra cuestión no menos importante es el tiempo del que dispone cada una de las participantes. Si se está hablando de cuidados, estos deben tenerse en cuenta como criterio básico en el propio proceso de creación del pódcast. En este sentido, es fundamental aceptar las diversas situaciones y los diferentes ritmos en los que cada una puede participar.

## *2.2. Un guion atractivo y dinámico*

El taller de creación del pódcast comenzó por la elaboración del guion. Se optó por la concreción a través de píldoras breves, preferiblemente en varias entregas

de un capítulo, para su mejor difusión y también por su facilidad a la hora de elaborar los programas. La temática elegida en este caso, dadas las fechas en las que se impartió el taller, fue la Navidad, con los siguientes mini episodios o bloques:

- «Mamanoela o las reinas magas».
- Comidas de navidad.
- Regalos de navidad.
- Roles de género en los belenes de los colegios.

Para el correcto desarrollo se establecieron las claves más adecuadas para conseguir un guion dinámico. En este sentido, se grabaría una presentación divertida que introdujera el objetivo del programa general, y que siempre sería la misma. También era preciso escoger la música que identificaría al programa. En este caso se seleccionó la copla de una chirigota de carnaval. Por otra parte, también se concretó la locución de la presentadora, que se diferenciaría del tono de conversación de las amigas que parece que charlan desde su casa, pero que tienen un matiz algo teatral. Asimismo se consideró necesario usar una entidad promotora del programa que lanzase a su vez un mensaje feminista claro y llamativo. Por último, se incluyeron efectos sonoros, en este caso navideños, y un cierre-gancho que invitase a seguir el siguiente episodio.

### *2.3. Escaleta y grabación*

Otro elemento fundamental para poder proceder a la grabación del pódcast es la creación de una escaleta

que pauté los contenidos y los tiempos. Una escaleta debe tener los tiempos claramente marcados, aunque se pueda tener un margen de improvisación, como es la tendencia actual en el podcasting, y tanto los temas como las preguntas, los tiempos y todo lo imprescindible, debe estar guionizado. Asimismo, marcar dónde va cada intervención, la música y todos los recursos que se hayan decidido utilizar. En este caso se decidió que cada bloque duraría cinco minutos, y tras la grabación resultó una decisión adecuada, ya que esta duración iba muy en consonancia con la difusión que posteriormente se decidió por parte del equipo. En cualquier caso, es importante tener en cuenta que en el proceso de edición se pueden replantear distintas decisiones en función del resultado final.

Es fundamental tener en cuenta la importancia de la utilización del lenguaje. En el caso concreto de este pódcast feminista es imprescindible el uso del lenguaje inclusivo y feminista, sin caer en tecnicismos que dificulten el entendimiento y la claridad del mensaje, en función del público objetivo.

Un aspecto que no se debe pasar por alto es que, antes de grabar, es conveniente ensayar la entonación, el ritmo, e incluso hacer que cada persona utilice su propio lenguaje, es decir, que lo adapte a su acento y su forma de hablar, para imprimir naturalidad.

#### *2.4. Difusión*

La difusión de pódcast presenta actualmente canales diferenciados según su naturaleza: divulgativa, breve con mensaje de concienciación o de carácter humorís-

tico. Cuando el contenido es exclusivamente sonoro suelen emplearse plataformas como Ivoox o Spotify. En cambio, cuando incorpora un componente audiovisual, YouTube se posiciona como la opción más habitual. En cuanto a redes sociales, Instagram y TikTok destacan como espacios idóneos para compartir enlaces y ofrecer fragmentos atractivos o ganchos del programa.

En el caso de este taller, algunas decisiones como la duración y el formato sonoro estuvieron condicionadas por el hecho de que la difusión se realizaría a través de la radio, concretamente en la Onda Local de Andalucía (EMARTV), una red de emisoras municipales y comunitarias. En este contexto, las píldoras sonoras pueden integrarse dentro de la programación habitual, estructurada en espacios de aproximadamente 55 minutos, así como publicarse en la web y difundirse posteriormente a través de las redes sociales del medio.

Por tanto, la difusión del pódcast se adaptó a su naturaleza sonora, utilizando plataformas especializadas y redes sociales para amplificar su alcance. En este caso, la emisión a través de la radio condicionó el formato final, permitiendo su integración en parrillas tradicionales.

### *3. Resultados y conclusión*

Los resultados derivados de la experiencia analizada evidencian que el pódcast constituye una herramienta eficaz para la generación de espacios de comunicación

feminista centrados en la conciliación y los cuidados. A través de una metodología participativa y horizontal se ha facilitado la construcción colectiva de un relato propio, en el que se integran tanto conocimientos teóricos como experiencias vivenciales de las participantes. Este proceso ha permitido no solo la producción de contenidos comunicativos, sino también la generación de espacios de reflexión crítica en torno a la desigualdad estructural en los cuidados.

Asimismo, se constata que el enfoque feminista aplicado al proceso de creación (basado en la escucha activa, el respeto a los tiempos individuales y la distribución equitativa de tareas) favorece dinámicas de trabajo más inclusivas y sostenibles. La incorporación del humor, la cercanía discursiva y el uso de un lenguaje accesible han contribuido a construir un producto comunicativo capaz de conectar con diversas audiencias, ampliando el alcance del mensaje y facilitando la identificación de las oyentes con las problemáticas abordadas.

En términos comunicativos, el formato de píldoras sonoras breves ha demostrado ser adecuado tanto para la producción en contextos formativos como para su posterior difusión en entornos radiofónicos y digitales. La combinación de contenido reivindicativo con estrategias narrativas dinámicas ha permitido generar un producto atractivo, con potencial para insertarse en programaciones convencionales y, al mismo tiempo, circular en redes sociales como contenido independiente.

Desde una perspectiva más amplia, la experiencia confirma el potencial del podcast como herramienta

de ciberfeminismo aplicado, al posibilitar la apropiación del discurso por parte de las mujeres y la creación de comunidades discursivas alternativas a los medios tradicionales. No obstante, también se pone de manifiesto la necesidad de evitar la reproducción de lógicas patriarcales en los procesos de producción, organización y difusión de contenidos, incluso dentro de iniciativas que se definen como feministas.

En conclusión, el uso del pódcast en contextos de formación y acción social se presenta como una estrategia válida para visibilizar la problemática de la conciliación y promover cambios culturales. Su accesibilidad técnica, su capacidad narrativa y su potencial para generar comunidad lo convierten en un recurso especialmente relevante en el ámbito de la comunicación feminista contemporánea

#### 4. Referencias

- Alianza por la Solidaridad. (2025). *Programa de derechos a los cuidados en Andalucía*: <https://www.alianzaporlasolidaridad.org/>
- Baena, L. (2019). *Soy buena malamadre*. Planeta.
- Barreca, R. (1991). *They used to call me snow white... but I drifted*. Viking.
- Bastante, M. (Coord.). (2025). *Programa de derechos a los cuidados en Andalucía*. Alianza por la Solidaridad.
- Bernárdez-Rodal, A. (2015). *Mujeres en medio(s)*. Fundamentos.
- Bernárdez-Rodal, A.; Padilla, G. (2021). *Deshaciendo nudos en el social media*. Tirant lo Blanch.
- Bonini, T. (2015). The 'second age' of podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 22(2), 170–178.
- Camarero, E. (2023). *La nueva era del pódcast: claves y tendencias de la industria del pódcasting y el arte de crear contenido*. Universidad Loyola.
- Carrasco, C. (2017). *La economía feminista*. Icaria.
- Club de Malasmadres. (s.f.). El Club de Malasmadres. <https://clubdemalasmadres.com/>
- Collins, P.H. (2000). *Black feminist thought*. Routledge.
- Crenshaw, K. (1989). *Demarginalizing the intersection of race and*

- sex. University of Chicago Legal Forum.
- Deforme semanal. (s.f.). *¿Qué es Deforme semanal?* <https://deformesemanal.es/>
- Eurofound. (2020). *Striking a balance: Reconciling work and life in the EU*.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Polity.
- Hogg, M.A.; Vaughan, G.M. (2010). *Psicología social*. Panamericana.
- Instituto de las Mujeres. (2022). *Mujeres y hombres en España*.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. NYU Press.
- Macías, Y. (Coord.). (2019). Manual para la alfabetización mediática para colectivos vulnerables en Andalucía. Asociación Encuentros del Sur; Junta de Andalucía; Plataforma del Tercer Sector de Madrid.
- Martín-Nieto, R.; Pedrero-Esteban, L.M.; Martínez-Otón, L.; Pérez-Escoda, A.; Casti-Ilo-Lozano, E. (2023). El auge del podcast narrativo de no ficción en España: análisis de la producción original en las plataformas de audio bajo demanda. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 11(21). <https://doi.org/10.24137/raeic.11.21.4>
- Núñez Domínguez, T. (Coord.). (2021). *Competencias psicosociales para profesionales de los medios*. Pirámide.
- Pérez Orozco, A. (2014). *Subversión feminista de la economía*. Traficantes de Sueños.
- Scolari, C.A. (2013). *Narrativas transmedia*. Deusto.
- Spinelli, M.; Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity.
- Wajcman, J. (2004). *TechnoFeminism*. Polity.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism. PublicAffairs.