

## “EL PODCAST SOBRE EL ÚNICO FEMINISMO SENSATO QUE EXISTE”. REPRESENTACIÓN DEL FEMINISMO RADICAL EN *RADIOJAPUTA*

---

BIANCA SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ

*Centro Universitario EUSA, Universidad de Sevilla*

SARA REBOLLO-BUENO

*Universidad de Sevilla*

MARÍA SÁNCHEZ-RAMOS

*Universidad de Sevilla*

### 1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación analiza el papel del nuevo formato radiofónico *online*, el *podcast*, como canal para diseminar ideologías radicales como el feminismo. Desde 2018, en plena cuarta ola feminista, la articulista y escritora Barbijaputa emite semanalmente el programa radiofónico *Radiojaputa*, un *podcast* de contenido feminista que imita el formato de consultorio y aborda todo tipo de problemáticas que sufren las mujeres por el simple hecho de serlo en todo el mundo. Además, se autodefine como “el podcast sobre el único feminismo sensato que existe: el radical”, lo que automáticamente lo convierte en un interesante objeto de estudio de la comunicación, pues reconoce su dimensión ideológica *a priori*. De ese modo, esta investigación se propone generar conocimiento acerca de este programa concreto, analizando los temas que aborda, los ideologemas del feminismo radical (a fin de determinar su grado de radicalismo), el tipo de referentes teóricas que cita y su posible implicación propagandística.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. EL FEMINISMO: DEFINICIÓN, ETAPAS E IDEOLOGEMAS

La filósofa Celia Amorós define el feminismo como el “pensamiento antropológico, moral y político que tiene como referente la idea racionalista e ilustrada de igualdad entre los sexos” (1997, p. 70), lo que destaca su eminente raíz cartesiana basada en la igualdad radical de la *res cogitans* y que sitúa su origen político en la Ilustración del mundo occidental (s. XVIII-XIX), algo que coincide con otra de las definiciones más frecuentes en la literatura feminista acerca de que “el feminismo es un hijo no querido de la Ilustración” (Valcárcel, 2012, p. 11), pues se parte del hecho de que este proyecto emancipatorio de la ciudadanía excluyó a una mitad de la sociedad (las mujeres), que ya desde el Barroco venía protestando por su opresión y que, a partir de entonces, ya nunca más dejaría de vindicar la lucha por la igualdad. De ese modo, se considera que el feminismo, en tanto que movimiento político emancipatorio de la mujer, nace al albor del Siglo de las Luces.

La cronología de esta ideología política plantea, como vemos, sus inicios en el siglo XVIII, una primera ola feminista ilustrada con la aparición de textos vindicativos de la igualdad sexual de referentes como Poulain de la Barre (1673) o Wollstonecraft (1792). La segunda ola, ya ubicada en el siglo XX, se centró en la lucha sufragista, que demandó derechos elementales para las mujeres, como el derecho a la ciudadanía, el derecho al voto y el derecho a la educación y que, incluso, se alargó hasta la mitad del siglo con la publicación de la obra clásica *El segundo sexo*, de Simone de Beauvoir. La tercera ola, que asimismo recoge la segunda ola estadounidense (década de 1970), planteó una revolución sexual desde una dimensión sociopolítica, con autoras clave como Kate Millett o Shulamith Firestone, entre otras. No obstante, durante los años 90 del siglo XX el feminismo sufrió una resemantización teórica como consecuencia de la estabilización de las praxis posmodernas, resultando lo que hoy se conoce como “los feminismos”: ciberfeminismo, ecofeminismo, transfeminismo, entre otros. Desde 2013, y como retomaremos más adelante en este capítulo, el feminismo se encuentra en su cuarta ola: una vigorización del movimiento a nivel global,

intergeneracional e interclasista que busca, esencialmente, el fin de la violencia contra las mujeres.

De Miguel define el feminismo como una teoría crítica del poder (2015), una praxis formal que identifica que existe una estructura trans-histórica que permea toda la sociedad y que nos divide en clases o castas (cfr. Firestone, 1976), donde la mujer ocupa un lugar distinto e inferior al varón, algo que el feminismo ha conceptualizado como el sistema patriarcal o el sistema sexo-género (cfr. Amorós y De Miguel, 2005).

Siguiendo, además, las premisas de Heywood (2012) y Antón Mellón (2012), el feminismo se puede considerar una ideología política con entidad propia, pues propone un reparto y una estructura de poder concretas que vienen definidas, fundamentalmente, por la abolición del sistema patriarcal y la revolución colectiva de las mujeres: “[feminism is defined] by two basic beliefs: that women are disadvantaged because of their sex; and that this disadvantage can and should be overthrown” (Heywood, 2012, p. 226). Dentro de las diferentes tipologías que, sobre todo a partir de la década de 1990, la literatura académica otorga al feminismo, este trabajo se centra en el feminismo radical, una corriente nacida en torno a los años 60 del siglo XX en Estados Unidos y que propone un análisis estructural para entender la situación de las mujeres en el mundo acudiendo, desde la acción colectiva, a la raíz del problema: el patriarcado, la raza, la clase social y la construcción sociocultural del género (cfr. Atkinson, 1970; Hanisch, 1970; Sánchez Muñoz et al., 2001; Amorós y De Miguel, 2005; Martínez-Bascuñán, 2012, Heywood, 2012 y Millett, 2017).

Los ideologemas, es decir, las unidades mínimas que identifican al feminismo radical como ideología política son, en palabras de Heywood (2012), las siguientes:

- Liberación de la mujer, como consecuencia de la abolición del sistema sexo-género.
- Patriarcado, conceptualizado como la estructura que oprime a las mujeres e impide la igualdad real entre hombres y mujeres en una misma sociedad.

- Sororidad, como la unión y el apoyo mutuo entre mujeres en tanto que acción imprescindible para la abolición del patriarcado.
- Lo personal es político, como el principal eslogan del feminismo radical de la 2ª ola estadounidense que fijó, gracias al experimento de los grupos de autoconciencia, que los problemas que las mujeres venían identificando como anecdóticos e individuales en realidad afectaban a la totalidad de las mujeres por el simple hecho de ser mujeres.
- Transformación de la esfera privada, en tanto que la opresión de las mujeres no solo se encontraba en el ámbito social, político o laboral, sino también en el doméstico (p. ej. Violencia machista o las cargas de los cuidados).
- Igualdad sexual, como horizonte que alcanzar para vivir en una sociedad sin superioridad masculina.
- Política sexual, en tanto que concepto acuñado por la teórica Kate Millett para identificar el sistema de desigualdad que politiza ambos sexos, otorgando un papel (relevante) a uno y un papel (irrelevante) a la otra.
- Cambio revolucionario, en tanto que propone que el revisionismo superficial no corregiría la situación de desigualdad arraigada en un sistema tan estable y profundo como el patriarcal.
- Concienciación, como el fomento de grupos de autoconciencia y activistas que sensibilicen y expliquen al resto de la ciudadanía los objetivos y las premisas del feminismo, a fin de contar con el apoyo de todas las personas.

Si bien es cierto que el feminismo ha mantenido un corpus estable en cuanto a la razón y los objetivos de su protesta, los escenarios y las amenazas a la emancipación de las mujeres han ido cambiando en función de la época. Tanto es así que el derecho a voto, que era una de las principales razones de ser de esta ideología, ya no tiene presencia en

sus vindicaciones al haber sido conquistado. De ese modo, “la agenda sobrevenida” (Valcárcel, 2019) ahora se centra, particularmente en el caso del feminismo radical que actúa en escenarios económicos cada vez más libertarios, en la abolición de la prostitución, los vientres de alquiler, la pornografía y el género. Adicionalmente, tal y como destaca el programa electoral de Iniciativa Feminista (2019), formación política española de ámbito estatal, el feminismo debe ocuparse también de la lucha contra el racismo, el acoso sexual y la violencia machista; promover el ecologismo y garantizar los derechos sexuales y reproductivos, la igualdad salarial, la coeducación, la sanidad pública y los permisos iguales e intransferibles de maternidad y paternidad.

## 2.2. LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN LA ERA DE LA DIGITALIZACIÓN

Durante las tres últimas décadas las conquistas, los usos y las dinámicas de poder que ordenan los modos de hacer propios del ciberespacio han sido analizados con especial detenimiento dado su innegable impacto en el desarrollo de la sociedad *líquida* de nuestro tiempo (Bauman, Gerbaudo, Pleyers, Castells). Concretamente, este trabajo atiende al acervo investigador centrado en el uso de la esfera digital por parte de los movimientos sociales, los cuales han suscitado no pocos estudios que ponen el foco sobre las luces y sombras que entraña este *nuevo* territorio de emancipación virtual y sus potencialidades democráticas (Della Porta, Diani, Donk et al., 2004, McCaughey y Ayers, 2003).

Atendiendo a la pluralidad de escuelas teóricas que han analizado los movimientos sociales desde diversas perspectivas dejando consigo un mapa conceptual ciertamente complejo, se torna difícil ofrecer una definición unívoca del término. Si bien convenimos que el concepto *movimientos sociales* aglutina “los distintos fenómenos sociales cuyo denominador común es el carácter de movimiento, en el sentido de voluntad de transformación social” (Martínez-Otero, 2001). El autor Mario Diani (1992) sintetiza los distintos enfoques desde los que se ha explorado la protesta y los movimientos sociales a lo largo de la historia —a saber, la teoría del comportamiento colectivo (Smelser, Turner y Killian), la teoría de la movilización de recursos (McCarthy y Zald, McAdam, Tarrow), la teoría de la oportunidad política o del proceso

político (Tilly) y la teoría de los nuevos movimientos sociales (NMS) (Touraine, Melucci)— y ofrece las cuatro claves definitorias del término:

- Ser redes informales de interacción ciudadana.
- Poseer creencias y solidaridad compartidas.
- Promover la acción colectiva desarrollada en áreas de conflicto.
- Desarrollar la acción fuera de la esfera institucional y de los procedimientos habituales de la vida social.

Asimismo, es conveniente señalar que los distintos movimientos sociales —véanse el movimiento obrero por el sufragio universal masculino, el movimiento sufragista de las feministas británicas de la segunda ola, el movimiento por los derechos civiles de la población negra, el movimiento estudiantil, el campesino y el pacifista, por nombrar tan solo algunos—nacen por la ausencia de respuesta institucional a sus demandas y problemáticas sociales (Raschke, 1994), lo cual los convierte en un contrapoder alejado del control mismo de dichas instituciones (Castells, 2015) que lucha contra un enemigo concreto, ya se trate de un grupo social o una institución específica, o bien contra un ideal abstracto (Touraine, 2006, p. 262). Tarrow (1997) los definirá como “desafíos colectivos planteados por personas que comparten objetivos comunes y solidaridad en una interacción mantenida con las élites, los oponentes y las autoridades”. En otras palabras, un movimiento social se trata de “un actor colectivo movilizador que, con cierta continuidad y sobre las bases de una alta integración simbólica y una escasa especificación de su papel, persigue una meta consistente en llevar a cabo, evitar o anular cambios sociales fundamentales” (1997, pp. 21-25).

Como advertíamos en las primeras líneas de este capítulo, el paradigma de estudio de los movimientos sociales adquiere un *nuevo* cariz a partir de la década de los sesenta, momento en el que se da paso a nuevos marcos interpretativos en la teoría de los movimientos sociales que trascienden los modelos marxista y estructural-funcionalista empleados hasta entonces para analizar el movimiento obrero. Dalton, Kuechler y

Bürklin (1992) sostiene que el rasgo definitorio de los nuevos movimientos sociales (NMS) se trata precisamente de su carácter rupturista para con la estructura dominante y el modelo hegemónico de éxito promovido por las sociedades industriales occidentales basado en la acumulación de riqueza material. El levantamiento del movimiento estudiantil, de las feministas, de los pacifistas y de los ecologistas hace frente a una democracia formal que encierra vestigios de imperialismo, sexismo, racismo y homofobia propios de un sistema violento. En palabras de De Miguel, los nuevos movimientos sociales abogan por la defensa de un

proyecto ilustrado de ampliación de la comunidad humana de derechos, pero también valores participativos y libertarios, valores relacionados con el reconocimiento de las identidades estigmatizadas y deterioradas y, por último, valores vinculados con la calidad de vida y la cultura que Inglehart popularizaría con el nombre de ‘valores posmaterialistas’ (De Miguel, 2018, p. 186).

Los nuevos movimientos sociales poseerán por tanto un componente interclasista derivado del paso de divisiones estrictamente concernientes a la clase social, explicitado por el marxismo clásico en la lucha de clases como engranaje vertebrador de la historia, hacia nuevas formas de activismo basadas en valores y fines, es decir, una suerte de “comunidad de ideas” (Ibídem, p. 187). Sus fines ya no se miden únicamente en resultados en el sistema político convencional, sino que abordan desafíos simbólicos en simultaneidad con el cumplimiento de su agenda política. La lucha se da mediante “los lenguajes y los códigos culturales que permiten organizar la información” (Melucci, 1994, p. 191).

Por su parte, Castells (1996 y 2000) concreta los modos de proceder de la nueva *coreografía de la acción colectiva* del siglo XXI, guiada en sus vindicaciones contra el capitalismo, el colonialismo y el heteropatriarcado por los flujos de la Red; sin nódulos de mando “pues la Red no tiene centros”, abierta, horizontal y democrática. Se trata de un activismo descentralizado, flexible, antiautoritario y autogestionado que crece como una *inteligencia de enjambre* en una sociedad de redes global que no atiende a lógicas de lugar, sino que sigue las dinámicas de los flujos del ciberespacio.

El movimiento 15-M, la Primavera Árabe, Occupy Wall Street, Black Lives Matter, el #MeToo constituyen, entre muchos otros, la oleada de movimientos de acción social colectiva más relevante de las últimas décadas que han marcado las nuevas dinámicas activistas operando en los flujos de comunicación viral propios de la Web 2.0, llevando sus vindicaciones a través de plataformas como Facebook, Twitter y YouTube (Candón-Mena y Montero-Sánchez, 2021). Estos movimientos tan distantes y a su vez tan hiperconectados entre sí guardan tres afinidades principales según Pleyers (2018): el rol central de las redes sociales y la interacción entre las plazas públicas y el mundo virtual; el sentimiento de frustración que afloró tras periodos efervescentes de movilización colectiva; y por último, pero en absoluto desdeñable, la necesidad de incluir en el mismo marco de análisis a los actores progresistas junto a los movimientos conservadores, e incluso reaccionarios, surgidos en paralelo a la transformación progresista de la sociedad.

No es posible comprender el giro que toma el activismo social contemporáneo sin atender a la revolución tecnológica de la microelectrónica que se gesta en los sesenta y que lo cambiará todo: desde la economía y los movimientos sociales hasta el tráfico de drogas y la estructura de la sociedad en sí misma, guiada por el nuevo modelo en red (Castells, 1996 y 2000). Es en este clima en el que aflora una “cultura participativa” de las redes sociales, donde la ciudadanía abandona su rol meramente receptor en los procesos comunicativos (Jenkins, 2006) para configurar un nuevo panorama de “auto-comunicación de masas” en la que grupos e individuos emiten sus mensajes a amplias audiencias (Castells, 2009, p. 416).

Sin embargo, esta línea positivista sobre los avances democratizadores de los nuevos movimientos sociales encuentra también voces críticas al respecto, entre las que se encuentra la de la politóloga y abogada feminista Jo Freeman, quien ya en 1972 alertara sobre las *nuevas élites informales* que se gestan ante la ausencia de estructuras organizativas formales, unas jerarquías heredadas por parte de los movimientos en red herederos de los 60-70 (p.3). Las potencialidades y los peligros que ofrecen las TIC y el uso de Internet para los procesos de emancipación y acción social han sido abiertamente discutidos por quienes, de un



lado, romantizan la horizontalidad del ciberespacio y, de otro, por aquellos que demonizan su idiosincrasia: es decir, los *tecnoutopistas* (De Sola Pool, Negroponte, Rheingold...) frente a los *tecnopesimistas* (Murdoch, Thompson, McChesney, Morozov...):

Internet no es ni el héroe ni el villano porque internet no es un actor, es el escenario en el que actúan pederastas y ONG, grandes corporaciones capitalistas y comunidades de desarrollo de software libre, terroristas y cuerpos de seguridad, dictadores y opositores democráticos, el odio y el amor, el crimen y el castigo, todos los elementos de la gran tragedia humana representan su obra en el nuevo escenario digital (Candón-Mena, 2018, p.181).

### 2.3. EL FEMINISMO EN EL MUNDO DIGITAL

La conformación de la sociedad en red en la que discurre nuestra vida y el avance de la revolución tecnológica iniciada en 1990 con Internet ha llevado aparejadas nuevas formas y estructuras comunicativas (y de poder) de las que los nuevos movimientos sociales han dado buena cuenta, incluyendo por supuesto al feminismo entre ellos (McCann, 2020; Villegas-Simón y Navarro-Bosch, 2020). De hecho, no es de extrañar el interés que las TICs han suscitado como artefacto sociocultural, político y simbólico entre los Estudios Feministas, que apuestan por un análisis cualitativo de la red en un entorno concreto (Almenara, 2016, p. 95).

La lucha por la emancipación de las mujeres ha empleado hábilmente las herramientas del nuevo escenario digital como un canal de acción y organización mediante el cual el feminismo ha obtenido un mayor recorrido, crecimiento y visibilidad en sus vindicaciones (McCann, 2020). Las redes sociales se han convertido en territorio de conquista para las feministas dadas sus potencialidades pedagógicas y divulgativas (Keller et al, 2018); así como su función conectora de vivencias compartidas a través de las cuales las redes se erigen como vías de denuncia ante el acoso que padecen las mujeres por el mero hecho de serlo (Vitis y Gilmour, 2017).

Como adelantamos anteriormente, si se desea contextualizar esta nueva etapa se ha de partir de la consolidación y desarrollo de lo que las

teóricas feministas vienen denominando “cuarta ola” del movimiento feminista a partir de 2013 (Sánchez-Gutiérrez, 2017; Cobo, 2019), dadas las movilizaciones multitudinarias que se suceden a escala mundial en la última década en reivindicación de los derechos de las mujeres. Dichos reclamos han puesto énfasis en los derechos sexuales y reproductivos (Ibídem) mediante unas vindicaciones caracterizadas por el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC), focalizado en el uso de las redes sociales por parte de los movimientos sociales<sup>42</sup>.

El movimiento feminista en España ha vivido grandes hitos en los últimos años desde la concentración multitudinaria del Tren de la Libertad, que tuvo lugar el 1 de febrero de 2014 en Madrid contra la anunciada reforma de la Ley del Aborto de Ruiz Gallardón; pasando por la Primera Marcha Estatal Contra las Violencias Machistas celebrada el 7 de noviembre de 2015; hasta llegar a la Huelga Internacional de Mujeres del 8 de marzo de 2018. Todo ello en consonancia con campañas internacionales virales de denuncia de acoso y agresiones como #BringBackOurGirls que alzó la voz contra el secuestro y esclavización de trescientas niñas en Nigeria por parte del grupo terrorista Boko Haram en 2014; el famoso #MeToo —creado en 2006 por la activista negra Tarana Burke y revitalizado en 2017 por un colectivo de actrices de Hollywood encabezado por Alyssa Milano—; el #Cuéntalo en países de habla hispana; así como las campañas #Yosítecreo y #Noesno fruto del “caso de La Manada” de Pamplona (Sánchez-Ramos, 2021). De hecho, no es una cuestión baladí que la revista TIME destinara en 2017 su reconocimiento como “Person of the Year” a las “Silence Breakers”, las mujeres que rompieron el silencio ante el acoso y las agresiones sexuales mediante el #MeToo.

Asimismo, en cuanto a la aproximación teórica-conceptual sobre la que se fundamenta el presente capítulo, hemos de atender con cautela a los términos “ciberfeminismo” y “feminismos tecnologizados” que

---

<sup>42</sup> A este respecto se aconseja consultar los aportes teóricos de autores como Sampedro (2005), Sábada y Gordo (2008) y Grau e Ibarra (2004) sobre ciberactivismo, poder y empleo de las redes sociales en los movimientos sociales.

sintetizan los aportes de las intelectuales que, ante el horizonte incierto que suponía la Red, retrataron los claroscuros del ciberespacio. Autoras como Rodríguez Magda (2019) dibujaron un alentador panorama en el que los avances tecnológicos parecían conducir a la liberación de las mujeres dando paso a una sociedad postgénero. Sin embargo, pese a los sueños de liberación que pasaban por acabar con la carga reproductiva y los roles de género, la filósofa afirma que finalmente estas posibilidades han sido devoradas por la lógica capitalista.

El concepto ciberfeminismo aparece en 1991, creado en simultaneidad por la filósofa británica Sadie Plant y por el grupo artístico australiano VNS Matrix, fundado por Joshephine Starrs, Julianne Pierce, Francesca da Rimini y Virginia Barrat. Los “ciberfeminismos” nacen en una época expansiva de acción feminista en la Red repleta de manifiestos académicos, blogs colaborativos y *artivismo* feminista alineado con el ciberpunk (Zafra y López, 2019). De hecho, su escritura en plural no es casual, pues es empleada para dar cuenta de su carácter rico y diverso, tal y como sostienen autoras como De Miguel y Boix (2002), creadoras del medio *online* feminista *Mujeres en Red*. Imbuidas por el *Manifiesto cyborg* (1985) de Donna Haraway, los planteamientos de los “ciberfeminismos” se caracterizan por un corte tecnoutópico que plantea la superación de la dominación hombre-mujer a partir de la construcción de una realidad postgénero, donde las normas patriarcales del género y las formas de relacionarse cambiarán gracias a Internet. Esta postura optimista con respecto a las TICs no tardaría en recibir críticas por su determinismo tecnológico y por su falta de realismo. Es ahí donde surge el concepto de “feminismos tecnologizados” o tecnofeminismo. Su máxima exponente, la socióloga Judy Wajcman (2004), denunciaba que la mujer seguía ostentando una posición de inferioridad también en la esfera digital, dado que las tecnologías responden al contexto socioeconómico y cultural en el que han sido creadas. Internet es concebido como un producto sociotécnico influenciado por las estructuras patriarcales de la sociedad, de modo que, sin activismo en la esfera *real*, no se lograría la erradicación de las desigualdades entre hombres y mujeres. Es decir, que la emancipación de las mujeres no vendría dada por la

herramienta digital, sino por un movimiento feminista combativo y organizado (Villegas-Simón y Navarro-Bosch, 2020).

Rovira (2017) apunta que en los movimientos sociales existen dos tipos de actores comunicativos fruto de las relaciones entre la movilización social y la comunicación digital: “redes de activistas” y “multitudes conectadas”. Las lógicas de acción de estas redes de activistas pasan por la evasión del control de los medios de comunicación de masas tradicionales a partir de la creación de medios online propios, apostando por modos de hacer autónomos. Así lo explican los autores Candón-Mena y Montero-Sánchez (2021), quienes parafraseando a Jello Biafra, “Don’t hate the media, become the media”, dan cuenta de la necesidad de una información alternativa para los movimientos sociales, que beben del inconformismo del movimiento punk y de la cultura del DIY [*do it yourself*]. Así, proyectos de medios digitales feministas como *Mujeres en Red*, *Tribuna Feminista*, *Feministing.com* o *Bitch Media* ejemplifican cómo el movimiento feminista ha sabido entender la necesidad de hacer suyos los medios y el lenguaje para canalizar la acción social de emancipación de las mujeres.

#### 2.4. EL *PODCAST* COMO FORMATO INFORMATIVO EN LA CUARTA OLA

La radio acumula una trayectoria larga, por lo que su estudio y análisis es extenso. No obstante, igual que el resto de medios de comunicación, ha tenido que enfrentarse a la aparición de lo digital, teniendo que adaptarse al nuevo contexto en dos ámbitos: formato y contenido.

Según Espinosa-Mirabet (2020), a diferencia de otros medios de comunicación como la televisión, la radio en los años 30 tenía una presencia de mujeres considerable. Sin embargo, esto no se reflejaba en los contenidos difundidos y, mucho menos, contaban con un enfoque feminista en el tratamiento informativo. Esto deja patente que las mujeres, al no ser partícipes de los contenidos, no han podido incorporar una visión feminista al medio: “la historia de las mujeres en la radio no es una historia de feminismo” (Espinosa-Mirabet, 2020, p. 104). Las narrativas radiofónicas estaban en manos de hombres, incluyendo aquellas que estaban dirigidas a mujeres (cfr. Balsebre y Fontova, 2018). Esta situación no ha cambiado, las mujeres siguen siendo parte de la

mecánica del medio radiofónico, pero las temáticas y los contenidos siguen siendo creados por hombres, lo cual sigue alimentando un problema de representación: “Aunque ya hay mujeres en los distintos departamentos de las emisoras, su representación en el contenido radiofónico está aún lejos de la paridad [...] Estas escasean especialmente como sujetos mediáticos y fuentes de información” (Espinosa-Mirabet, 2020, p.117).

El medio radiofónico se enfrenta a la entrada de un nuevo recurso: Internet. Al principio, como explicó Plant (1998), se consideraba que este recurso se convertiría en uno de los medios de comunicación que rompería con los límites establecidos por los medios de comunicación tradicionales, los cuales daban voz y difundían, exclusivamente, lo que decide y, por tanto, beneficia a una pequeña parte de la población.

Acceder a una terminal es también acceder a recursos que antes estaban limitados a aquellos que tenían el aspecto, el acento, la raza y el sexo adecuados [...] Usar la Red se convirtió en una cuestión de navegación, en un modo de cambio de canal facilitado y exigido por una información (Plant, 1998, p. 52).

Morales (2015) explica cómo el tratamiento mediático debe abarcar tanto el *qué* como el *cómo*, pues ambos son pilares esenciales que marcan la agenda que termina por adentrarse en la sociedad, sobre todo, en los sectores más juveniles. En ese sentido, cabe recordar la teoría de los efectos de la *agenda-setting*, la cual defiende que los medios de comunicación establecen las temáticas sobre las que hay que hablar, jerarquizándolas y dándoles distinta atención según sus intereses, por lo tanto, afecta a la opinión pública y a la importancia que confiera a cada una de las temáticas (Saperas, 1987; Vilches, 1989; McQuail, 2000; McCombs y Reynolds, 2002; Hernández-Santaolalla, 2018). En concreto, “el efecto *agenda-setting* consiste en canalizar la atención del público hacia unos repertorios de temas de preocupación general, en detrimento de otros que no se mencionan o destacan, viéndose así delimitadas las fronteras de nuestros conocimientos y juicios” (Soto Navarro, 2005, p. 79). Morales (2015) menciona la agenda feminista como una de las beneficiadas si se consigue un tratamiento adecuado:

En el plano del tratamiento mediático, ciertas temáticas y problemáticas significativas para los procesos de subjetivación juveniles, propias de las agendas feministas y de derechos de las mujeres (como lo son el acceso al mundo del trabajo, la división sexual de los ámbitos laborales, la educación sexista, el sesgo androcéntrico en las carreras universitarias, los derechos sexuales y reproductivos, las múltiples violencias de género, etc.) aparecen escasamente en la materialidad radiofónica investigada y, cuando ingresan —excepcionalmente—, son reubicadas en el ámbito de lo privado (Morales, 2015, p. 72).

De hecho, Piñeiro-Otero (2021) considera que el uso de las nuevas tecnologías digitales por el feminismo ayuda al aumento de la participación y difusión del discurso. No obstante, es necesario destacar que en ningún caso estos nuevos medios están exentos de reflejar el sistema desigual y patriarcal en el que nos encontramos.

Estudiosas del medio radiofónico, como Espinosa-Mirabet (2020), abogan por una radio digital que consiga amparar la agenda feminista y cambie la dinámica de la radio tradicional. Por tanto, la autora defiende una radio al servicio de la lucha feminista, lo cual es posible y, de hecho, ya está en proceso: “como evidencian algunos *podcasts* de corte feminista” (Espinosa-Mirabet, 2020, p. 118). Piñeiro-Otero (2021) destaca que la Cuarta Ola del feminismo se caracteriza por utilizar la tecnología como una forma de acceso y difusión de las temáticas imperantes y los encuadres que les benefician, pudiendo dar alternativas a lo mostrado en los medios de comunicación tradicionales, y algunos digitales, hasta ahora.

Estos canales alternativos han permitido a las mujeres situar sus perspectivas y temáticas de interés en la agenda pública, a través de procesos de automediación de masas en el medio digital [...] Listas de difusión, blogs, redes sociales o *podcast* suponen manifestaciones de esta labor de automediación feminista. Colectividades y personas individuales se han lanzado a la creación de diferentes tipos de contenidos, que van desde temáticas más próximas a la teoría y praxis feministas, a la presentación de voces y perspectivas más diversas y disidentes (Piñeiro-Otero, 2021, p. 234).

Espinosa-Mirabet (2020) menciona los *podcasts*, considerándolos un recurso nacido de la radio digital. Estos son una nueva posibilidad que, empleando el lenguaje y las características radiofónicas, consigue

llegar a personas y grupos que, en un escenario copado por los medios de comunicación de masas tradicionales, no contaban con la posibilidad de alzar su voz, en definitiva, convertirse en emisores.

Los *podcasts* permiten dar voz –literal y figuradamente- a personas y comunidades eludiendo los filtros y restricciones de los *media* convencionales [...] Al igual que habían hecho con las radios libres y comunitarias, las colectividades feministas han reivindicado su voz, metafórica y literalmente, a través de la producción de contenidos sonoros en formato podcast (Piñeiro-Otero, 2021, p. 237).

Dado que la cuarta ola ha estado marcada por el uso de medios digitales y que, además, los *podcasts* están en pleno auge, se deduce que son una herramienta utilizada para la difusión de contenidos y temáticas feministas. Piñeiro-Otero (2021) desglosa el número de programas dedicados a estas temáticas y que se relacionan directamente con el feminismo, siendo, por ejemplo, 211 en la plataforma de *podcasts* iVoox.

En plena expansión del fenómeno *podcast*, las feministas han convertido este nuevo medio en un canal para “tomar la voz” y desarrollar su práctica activista a través de iniciativas de automediación. Basculando entre el educar, informar y entretener, dichas iniciativas desarrollan una importante labor en la proyección social de temáticas, enfoques y protagonistas obviados por los medios de comunicación *mainstream*, pero también detentan una función identitaria que posibilita la construcción del “nosotras”. En esta construcción pluridimensional, se pueden señalar posicionamientos teóricos y activistas como el feminismo radical de *Radiojaputa*, el tecnofeminismo de *Degeneradaso* el movimiento Riot Grrrl en *Fan Grrrl* (Piñeiro-Otero, 2021, p. 246).

## 2.5. RADIOJAPUTA

El *podcast Radiojaputa* fue fundado por la escritora y articulista Barbi-japuta en 2018, quien también dirige y conduce el espacio. Si bien es cierto que comenzó produciéndose por el medio digital *eldiario.es*, actualmente está producido por Carne Cruda Radio y financiado a través de un sistema de micromecenazgo por suscripción (el *matrocinio*). La periodicidad del programa es semanal y se estructura en capítulos de unos 35 o 40 minutos de duración, de temática variada, aunque centrada

en cuestiones que particularmente afectan a las mujeres, que son, además, quienes narran sus experiencias o manifiestan sus dudas enviando audios al programa, y puede ser la propia locutora o el resto de las oyentes quienes contesten a la interesada, por lo que, en última instancia, el programa actúa prácticamente a modo de consultorio radiofónico. Ocasionalmente, *Radiojaputa* lanza monográficos especiales sobre un tema en concreto, como ha ocurrido con la prostitución, la violencia obstétrica, la Ley Trans o el acoso sexual. Tal y como muestra la web iVoox, que aloja los capítulos en la red, cada programa suele tener entre 18.000 y 25.000 escuchas. El eslogan principal del *podcast* es “*Radiojaputa: el podcast que sueña con la revolución feminista violenta*” y, adicionalmente, la locutora narra al inicio de cada capítulo el siguiente saludo: “Bienvenidas al *podcast* sobre el único feminismo sensato que existe: el radical”.

### 3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se propone como objetivo principal (OP) conocer la dimensión ideológica feminista del *podcast Radiojaputa*, que se define como “el *podcast* sobre el único feminismo sensato que existe: el radical”.

Como objetivos secundarios (OS), se plantean los siguientes:

- OS<sub>1</sub>. Analizar en qué medida la ideología del feminismo radical está presente en el *podcast* de *Radiojaputa*.
- OS<sub>2</sub>. Computar la presencia de ideologemas del feminismo radical.
- OS<sub>3</sub>. Identificar los temas, figuras y personalidades del activismo y la academia feminista mencionadas.
- OS<sub>4</sub>. Valorar la representación a instituciones y partidos políticos, a fin de comprobar si existe algún tipo de comunicación propagandística.



Asimismo, se busca dar respuesta a las siguientes Preguntas de Investigación (PI):

- PI<sub>1</sub>. ¿Cuáles son los temas que aborda el programa radiofónico *Radiojaputa*?
- PI<sub>2</sub>. ¿Cuáles son los ideologemas del feminismo radical que se pueden encontrar en el podcast?
- PI<sub>3</sub>. ¿Qué referentes teóricos del feminismo cita en el programa y qué valoración (positiva, neutra, negativa) merecen?
- PI<sub>4</sub>. ¿Qué políticos, partidos, entidades y organismos públicos menciona y cómo los representa?

#### 4. METODOLOGÍA

Para poder alcanzar los objetivos previstos y dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas, este trabajo recurre al análisis de contenido, técnica de recogida de datos cuantitativa (Krippendorf, 1997)

La codificación se realiza a partir de una ficha de análisis que se compone de 9 variables. De ellas, las cinco primeras obedecen a datos generales, como el título del podcast o la fecha de emisión. La sexta variable contiene las temáticas del feminismo radical; la séptima, los ideologemas; la octava, las referentes del pensamiento feminista y su valoración positiva/neutra/negativa; y la novena, la presencia y representación de los principales partidos políticos e instituciones. Para operacionalizar las temáticas del feminismo radical, la fuente ha sido el Programa Electoral para las Elecciones Europeas de Iniciativa Feminista (2019); mientras que los ideologemas son de Heywood (2012); y las referentes, de los tres volúmenes coordinados por Amorós y De Miguel (2005) sobre historia del pensamiento feminista.

En cuanto al muestreo, y partiendo de una población de 123 programas a fecha de mayo de 2021, y aplicando unos criterios de margen de error del 5% y nivel de confianza del 90% (n=86), usamos un criterio de selección de la muestra aleatorio sistemático (k-ima=2) (Krippendorf, 1997), lo que determina la muestra seleccionada ha de ser 86 *podcasts*.

## 5. RESULTADOS

Tras la codificación de los 86 podcast que han conformado la muestra de esta investigación, podemos destacar los resultados que a continuación se detallan (Gráfico 1).

A la luz de los resultados obtenidos se observa que el tema asociado al feminismo radical que más se menciona en *Radiojaputa* es, con gran diferencia por delante del resto de temas, la lucha contra la violencia machista, que ha aparecido en un total de 69 programas (80,23%). A continuación, la lucha contra el acoso sexual (62,79%) y la vindicación de los derechos sexuales y reproductivos (56,98%) ocupan el segundo y tercer puesto al aparecer en 54 y 49, respectivamente. La abolición del género y de los roles de género es el cuarto tema que más se aborda, teniendo presencia en un total de 41 *podcasts* (47,67%). La coeducación, entendida esta como la necesidad de formar al alumnado en valores feministas, es otra de las temáticas que se presentan con mayor frecuencia, apareciendo en 28 programas (32,56%). Seguidamente, este medio expone la lucha contra el racismo en 25 programas (29,07%); el abolicionismo de la prostitución, en 20 (23,26%); el ecologismo con perspectiva feminista, en 18 (20,93%); la abolición de la pornografía, en 15 (17,44%); la igualdad salarial, en 14 (16,28%); la abolición de los vientres de alquiler, en 13 (15,12%); la defensa de un sistema de sanidad público y de calidad, en 13 (15,12%); y la vindicación de permisos de maternidad y paternidad iguales e intransferibles, en 9 (10,47%).

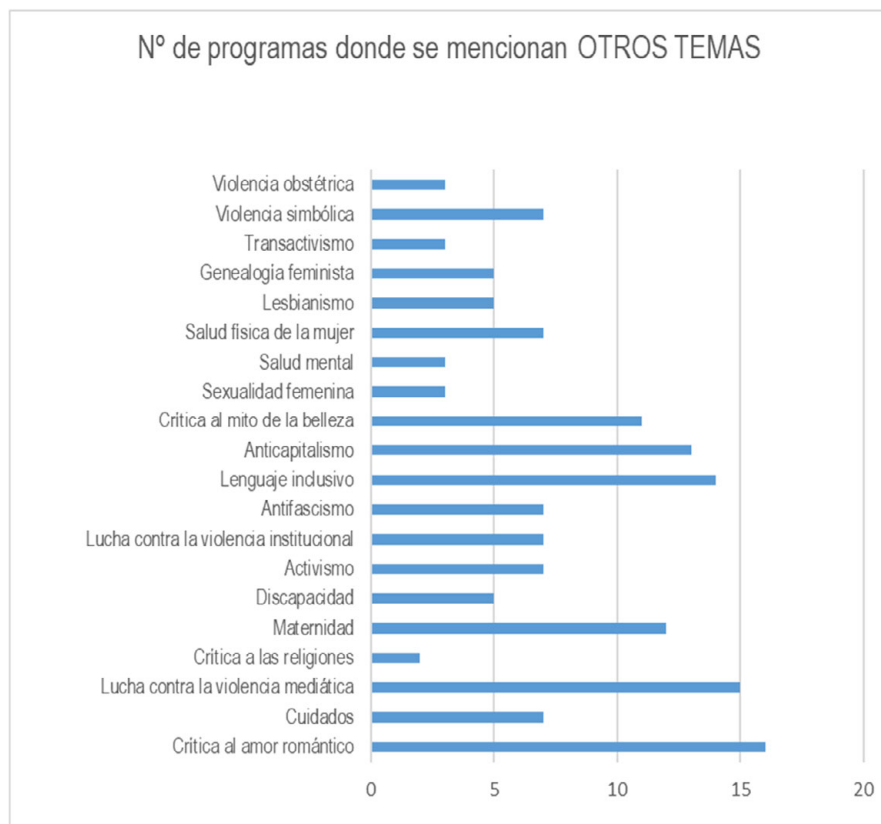
**GRÁFICO 1.** Número de programas en los que se menciona la temática.



Fuente: elaboración propia

Asimismo, cabe destacar que en 81 programas de los 86 analizados se han dado una serie de temáticas que se escapan de la agenda del feminismo que esta investigación propone a raíz del programa electoral de Iniciativa Feminista, y que se relacionan a continuación (Gráfico 2):

**GRÁFICO 2.** Número de programas donde se mencionan otros temas relacionados con el feminismo.

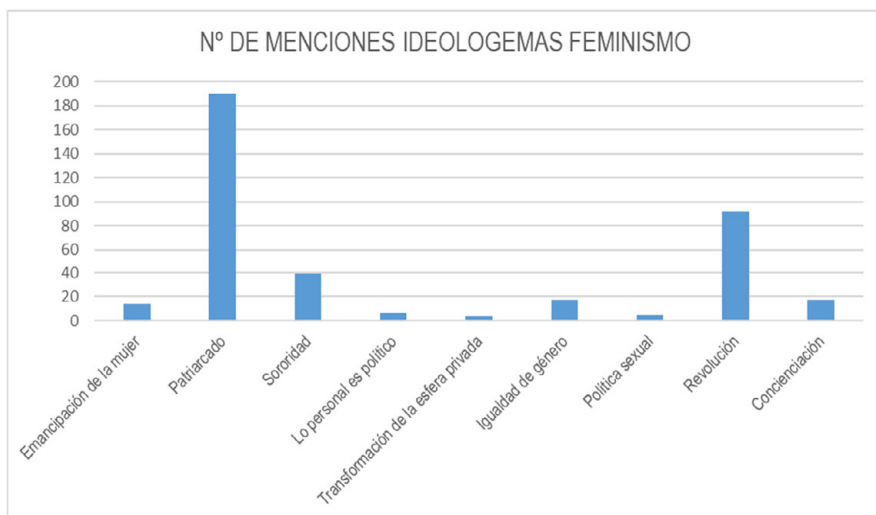


Fuente: elaboración propia

El programa menciona en una generosa cantidad de ocasiones la crítica al amor romántico y las relaciones de pareja heterosexuales, siendo esta temática alternativa la más referida, con un total de 16 programas (18,60%). Muy de cerca, encontramos temas como la lucha contra la violencia mediática y la representación que se realiza de las mujeres y su movimiento en los medios de comunicación y la cultura de masas, con 15 menciones (17,44%); el lenguaje inclusivo, en 14 ocasiones (16,27%); el anticapitalismo, en 13 (15,11%); la maternidad, en 12 (13,95%); la crítica al mito de la belleza y sus consecuencias en los cuerpos y las vidas de las mujeres, en 11 programas (12,79%); el activismo, la violencia institucional, el antifascismo, los cuidados, la

violencia simbólica y la salud de la mujer, apareciendo en 7 programas cada uno (8,14%); la discapacidad, el lesbianismo y la genealogía feminista, en 5 cada uno (5,81%); la sexualidad femenina, la salud mental y la crítica al transactivismo, en 3 programas (3,48%); y, en menor medida, la crítica a las religiones como ideologías que oprimen a las mujeres, que se menciona en 2 podcasts (2,32%).

**GRÁFICO 3.** Número de menciones a los ideogramas del feminismo en el podcast Radiojaputa.



Fuente: elaboración propia

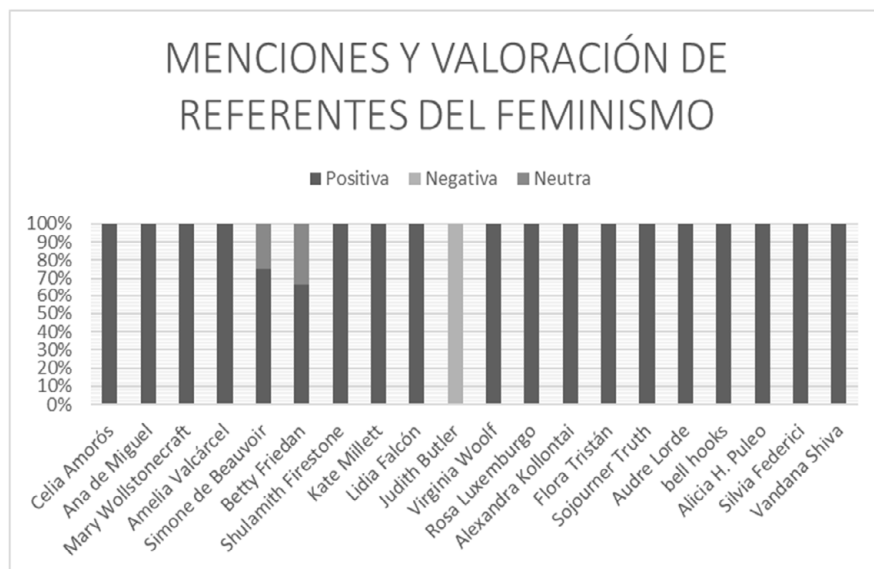
En cuanto a los ideogramas del feminismo (gráfico 3), el que más veces se menciona en el podcast es el de “Patriarcado” (190 ocasiones), que se presenta recurrentemente en la locución, así como en diferentes recursos auditivos para presentar el programa. Por ejemplo, el indicativo recurrente que se menciona en gran parte de los programas “Radiojaputa: el podcast que dispara al corazón del patriarcado” —que a partir del programa 68 cambia a “el podcast que dispara al corazón del patriarcado, cabrones”. El ideograma de “Revolución” es segundo que en más ocasiones se cita. Al igual que el anterior ideograma, este no solo aparece en el discurso de la locutora o en el de las oyentes que participan en el programa a través de audios, sino que también es un

concepto que se escucha en repetidas ocasiones en los indicativos, de modo que es habitual escuchar la siguiente frase, que actúa en forma de eslogan: “Radiojaputa: el podcast que sueña con la revolución feminista violenta”.

Tras estos ideologemas, el siguiente que más se nombra es el de “Sororidad” (39 ocasiones), entendido como la unión y el apoyo entre mujeres. En ese sentido, la locutora, Barbijaputa, incide una y otra vez en la creación de redes entre las mujeres que conforman su audiencia, a fin de que las oyentes –también referidas como “primas”, “camaradas”, “compañeras” o “hermanas”- encuentren a otras mujeres en su misma situación con las que intercambiar experiencias y compartir la lucha feminista y apoyo mutuo. Encontramos un claro ejemplo de ello en uno de los capítulos: “Son muchas las compañeras que nos escriben para decirnos que en su entorno ellas son las únicas feministas y además son juzgadas por ello, y se sienten solas por este motivo. Primas, buscad otras mujeres, asociaciones, asambleas cercanas, en pueblos vecinos, quizás en vuestro mismo barrio haya otras ‘compis’ en vuestra situación deseando conoceros para poder compartir con vosotras. Buscad y, aunque sea poco (una vez a la semana, una vez al mes o tres veces al año), cubrid la distancia que sea para encontraros con otras mujeres. Es una válvula de escape tremenda, es salud mental y es autocuidado” (Programa 70).

La “Concienciación” y la “Igualdad de Género” (17 ocasiones en ambos casos) son los siguientes ideologemas mencionados, mientras que el resto de ideologemas aparece en menor medida, como es el caso de “Emancipación de la mujer” (14 ocasiones); “Lo personal es político” (6 ocasiones); “Política sexual” (5 ocasiones); y “Transformación de la esfera privada” (4 ocasiones).

**GRÁFICO 4.** Número de menciones y valoración de las figuras referentes de la teoría y el pensamiento feminista.



Fuente: elaboración propia

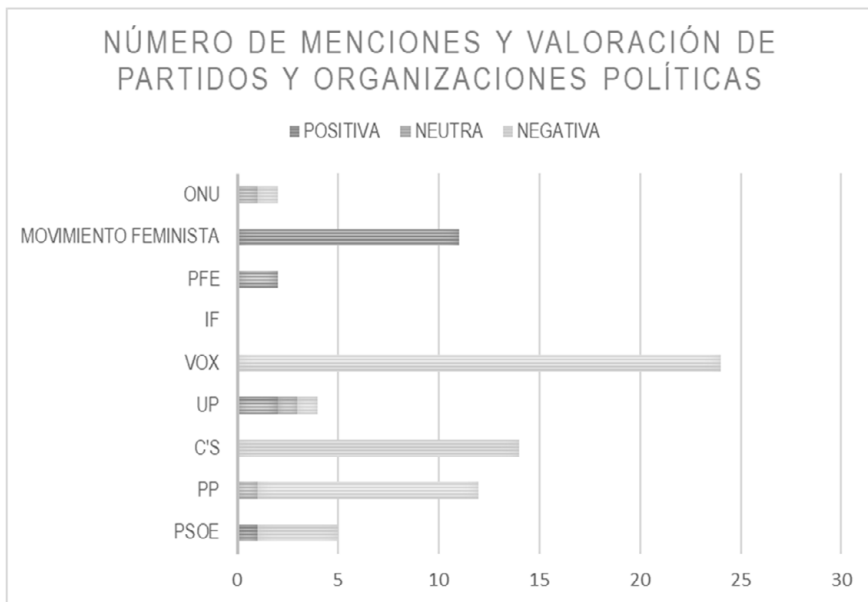
Acto seguido, el gráfico 4 nos muestra el número de menciones y la valoración (positiva-negativa-neutra) que se realiza de las diferentes pensadoras, filósofas y teóricas del feminismo. Si bien es cierto que no se mencionan todas las figuras que se incluyeron preliminarmente en la ficha de análisis, la mayor parte de las que se mencionan aparecen representadas de manera positiva. En ese sentido, figuras relevantes del pensamiento feminista español como son Ana de Miguel (5 menciones), Celia Amorós (3 menciones), Amelia Valcárcel (3 menciones) son siempre contextualizadas de manera positiva. Un ejemplo de ello es la siguiente cita de la locutora del podcast, que, tras emitir un audio de una oyente hablando sobre el mito de la libre elección, recomienda el libro *Neoliberalismo sexual* de la filósofa Ana de Miguel: “Recomendadísimo este libro, *Neoliberalismo sexual*, de Ana de Miguel. Recomendadísima Ana de Miguel siempre. Si no lo habéis leído, corred, primas, corred como si os persiguiera Bertín [Osborne] para haceros un *mansplaining*” (Programa 74). Simone de Beauvoir es la referente más mencionada con 8 citas, de las cuales el 75% son positivas y el 25%

restante, neutras. Kate Millett aparece en un total de 5 ocasiones, en todas ellas mencionada de manera positiva. Betty Friedan, por su parte, es citada en tres ocasiones, de las cuales dos de ellas son positivas (66%) y una, neutra (33%). Shulamith Firestone (3 menciones) y Alicia H. Puleo (2 menciones) también aparecen representadas positivamente en el 100% de sus citas, del mismo modo que ocurre con otras autoras que son citadas en una única ocasión, como son Mary Wollstonecraft, Lidia Falcón, Virginia Woolf, Rosa Luxemburgo, Alexandra Kollontai, Flora Tristán, Sojourner Truth, Audre Lorde, bell hooks, Silvia Federici y Vandana Shiva. La nota discordante se produce en la mención a otra académica, Judith Butler, que aparece citada en una sola ocasión y es representada de manera negativa, al criticar sus aportaciones filosóficas que han influido inequívocamente en el pensamiento feminista.

Asimismo, la locutora menciona en reiteradas ocasiones a otras referentes que no están inicialmente previstas en la hoja de codificación. De ese modo, debemos destacar a Carol J. Adams, que se cita en 3 ocasiones, y a Rosa María Rodríguez Magda (2 menciones), ambas con un 100% de representación positiva. El resto de personajes que se citan a continuación aparecen mencionadas en los programas con una única mención que, además, es positiva: Gemma Lienas, Beatriz Gimeno, Chimamanda Ngozi Adichie, Rosa Cobo, Rote Zora, Carme Valls, Miriam Al Adib Mendiri, María Martín, Germaine Greer, Diana Russell, Susan Brownmiller, Catharine MacKinnon, Ana María Pérez del Campo, Margaret Mead, Alicia Miyares, Manal al-Sharif, Loujain al Hathloul, Paula Fraga, Isabel Esteva, Ángeles Álvarez, Debbie Hayton, Lola Venegas, Alexandra Paniagua, Elena Armesto, Tasia Aránguez, Noemí González, Paula Dapena, Nawal el Saadawi y Yolanda Domínguez.



**GRÁFICO 5.** Número de menciones y valoración de partidos y otras organizaciones políticas.



Fuente: elaboración propia

Finalmente, el último bloque de resultados se centra en la posible dimensión propagandística del *podcast*. El gráfico 5 muestra que, de manera destacada, el partido político más mencionado en *Radiojaputa* es la formación de ultraderecha VOX, con 24 alusiones, todas ellas negativas. Uno de los muchos ejemplos que se pueden encontrar en el *podcast* aparece en el programa 70, cuando la presentadora agradece las suscripciones de las oyentes: “Estáis consiguiendo entre todas que nos sintamos muy seguras de este proyecto, que podamos organizarnos para montar un fuerte, planes de contingencia y trincheras profundas para que no nos eche de aquí ni un VOX con mayoría absoluta” (Programa 70).

Ciudadanos, formación política de derecha pro-libre mercado, con 14 menciones, también aparece representada de manera negativa en el 100% de las ocasiones. El Partido Popular (PP), de derecha conservadora, es mencionado en 12 ocasiones, de las cuales 11 son negativas (91,66%) y una es neutra (8,33%). El Partido Socialista Obrero Español

(PSOE), actualmente en el Gobierno de España en coalición con Unidas Podemos (UP), es referido 5 veces, siendo 4 de ellas de manera negativa (80%) y una de manera positiva (20%). Unidas Podemos, formación socialdemócrata, es aludida en 4 ocasiones, de las cuales 2 son positivas (50%), 1 neutra (25%) y 1 negativa (25%).

El partido político que cuenta con mejor representación es el Partido Feminista de España, dirigido por la histórica Lidia Falcón, y que es citado en dos ocasiones, además de manera positiva en ambas. Es igualmente interesante que, precisamente, el otro partido político de ideología feminista que se incluye en la ficha de análisis, Iniciativa Feminista, no es mencionado en ninguna ocasión. La ONU, por su parte, es mencionada en dos ocasiones: una neutra y otra negativa. Y, por último, destaca la aparición continuada del movimiento feminista, en tanto que agrupación social activista, al que se alude en 11 ocasiones, todas ellas positivamente.

Debido a las limitaciones de la ficha de análisis, no se ha podido recoger una serie de cuestiones que, no obstante, resultan relevantes para esta investigación. Por un lado, y dado que la ficha solo contempla la mención al partido “Unidas Podemos” o a su entonces líder “Pablo Iglesias”, no se ha recogido una mención negativa a la política Irene Montero, al cargo del Ministerio de Igualdad, con respecto a sus actuaciones a favor del transactivismo, pero que, sin duda, posiciona a este programa de radio en contra de este aspecto concreto que la formación política ha llevado en su programa electoral y que, a día de hoy, continúa defendiendo política y mediáticamente. Asimismo, la Real Academia de la Lengua aparece representada de manera negativa con cierta frecuencia –entendida como una institución conservadora y de marcado carácter misógino-, sobre todo a partir de la incorporación de María Martín, experta en lenguaje inclusivo, en el programa 72, aunque encontramos menciones previas como la del programa 68: “Radiojaputa, el *podcast* que escandaliza a la RAE”. Lo mismo que ocurre con otras instituciones o fuerzas del estado, como la monarquía, la conferencia episcopal o la policía, que, al no estar incluidas en la ficha de codificación, no aparecen reflejadas en los resultados.

## 6. DISCUSIÓN

Tras el análisis de los resultados, es posible responder las preguntas de investigación planteadas en este trabajo.

En primer lugar, la respuesta a la PI<sub>1</sub>, que perseguía conocer las temáticas que aborda este *podcast*, es que todos los temas que se asocian al feminismo radical tienen presencia en mayor o menor medida, destacando por encima de todos el de la lucha contra la violencia machista, algo que coincide con el propósito central de la vindicación de la cuarta ola feminista, como se indica en el marco teórico. Asimismo, cabe destacar la presencia de otros temas que exceden la agenda propuesta en la ficha de análisis, pero que dan buena cuenta del propósito de este programa radiofónico, que persigue cambiar la estructura no solo a nivel público y macro, sino también a nivel privado y micro, llegando a las relaciones de pareja, familiares, los cuidados, la maternidad, entre otros. No obstante, el análisis macroestructural está continuamente presente, llegando a relacionar los problemas individuales con la estructura patriarcal y con otros fenómenos que de ella devienen: “No sólo debería ser ilegal este tipo de porno [el que simula violaciones a mujeres], sino el porno en sí (...). Si se es abolicionista de la prostitución, se entiende que el cuerpo de las mujeres no está en venta. Y de la misma forma que no debería ser un producto de consumo en la calle o en burdeles, tampoco debería serlo en platós” (Programa 64) o “La prostitución, el género y los vientres de alquiler jamás serán feministas” (Programa 72).

En cuanto a la PI<sub>2</sub>, que busca saber qué ideologemas del feminismo radical aparecen mencionados en el programa, de nuevo encontramos un 100% de coincidencia con los planteados por Heywood (2012), pues todos ellos son referidos en alguna ocasión. No obstante, es relevante nombrar que los conceptos “Patriarcado” y “Revolución” destacan muy por encima del resto en cuanto a número de menciones, lo que determina la “radicalidad” del contenido feminista que Barbijaputa incluye en su programa. Si atendemos, además, a la definición del feminismo radical, que acude a la raíz de la opresión femenina a partir del sexo, la raza, la clase y la construcción sociocultural del género, comprobamos que, precisamente, es una perspectiva que permea a todo el contenido

del *podcast*, que defiende la necesidad de una revolución colectiva de las mujeres y el análisis estructural de la jerarquía de subordinación femenina y superioridad masculina, en línea con las premisas del feminismo según Heywood (2012): que las mujeres parten de una situación de desventaja debido a su sexo, y que esta desventaja se puede revertir. Así, la presentadora se refiere al patriarcado como “sistema opresor” o “sistema de odio contra las mujeres” (Programa 64). Del mismo modo, la acción y la unión colectiva es recalcada continuamente, a través de conceptos como la sororidad, la concienciación y el activismo feminista. Por ejemplo, la conductora lo expresa así: “Ninguna mujer será libre hasta que no lo seamos todas” (Programa 60) o “Radijaputa: sin vosotras, nada” (Programa 78). Esa idea colectivista y, por tanto, anti-individualista, va en línea también con un marcado aire crítico con el neoliberalismo (anticapitalismo) que se disemina continuamente en el discurso del *podcast*, que entiende que el capitalismo es un sistema económico que, por definición, colabora en la opresión de las mujeres y que, en consecuencia, debe ser abolido.

La PI<sub>3</sub>, que se centra en los referentes teóricos del pensamiento feminista y su valoración positiva/neutra/negativa, se resuelve de la siguiente manera: en líneas generales, aquellas autoras que defienden una perspectiva radical feminista, como Shulamith Firestone, Kate Millett, Audre Lorde, o ilustrada, como Ana de Miguel, Amelia Valcárcel y Celia Amorós, son mencionadas de manera positiva; mientras que autoras que defienden una línea posmoderna, como Judith Butler, son representadas de manera negativa.

Por último, la PI<sub>4</sub>, que analiza las implicaciones propagandísticas de *Radiojaputa*, destacamos el marcado carácter izquierdista del medio. Los partidos que defienden una ideología de derecha (PP o Ciudadanos) o extrema derecha (VOX) son representados de manera negativa en prácticamente la totalidad de sus menciones; mientras que los partidos más cercanos a la izquierda socialdemócrata (UP o, incluso, el PSOE) admiten algún pequeño matiz, con alguna mención positiva o neutra, además de negativas. De modo que, en definitiva, Radiojaputa actúa como propaganda secundaria, ya sea de afirmación (Partido Feminista de España), reacción (UP y PSOE) o negación (PP, C's o VOX) (Pineda

Cachero, 2006). Resulta asimismo relevante mencionar que, en esta categoría, el movimiento feminista está absolutamente representado de manera positiva, lo que indica, de nuevo, que el programa busca concienciar para generar un mayor activismo social a modo, incluso, de modelación cultural propagandística (Pineda Cachero, 2009). Precisamente, la estructura interna del programa, que se genera alrededor de las experiencias que las oyentes envían a través de audios, permite la terapia colectiva, dando lugar a una herramienta muy similar a la de los grupos de autoconciencia que se organizaron en la oleada radical estadounidense en la década de 1970 y que fueron una pieza clave para ese *lo personal es político* (Hanisch, 1970).

En líneas generales, no es de extrañar la coherencia interna que plantea *Radiojaputa* con respecto al pensamiento feminista radical ya que, además, el programa hace especial hincapié en autodefinirse como tal, tal y como demuestran las ya citadas intervenciones al inicio del programa “Bienvenidas al *podcast* sobre el único feminismo sensato que existe: el radical”, lo que directamente da una evidencia certera de la praxis por la que el contenido va a discurrir o por cuáles otras no. El uso, por tanto, de nuevos formatos y canales digitales para la diseminación de ideales radicales, como el feminismo, termina generando una gran participación, tal y como defiende Piñeiro-Otero (2021), pues, aunque sea un programa realizado desde España, la audiencia es internacional y, ulteriormente, el contenido y el enfoque son universalistas, en línea con la idea ilustrada cartesiana que trajo consigo al feminismo. De ese modo, *las primas* que mandan sus mensajes son de muy diferentes países, como Argentina, México, Colombia, EE.UU. o Venezuela.

## 7. CONCLUSIONES

Siguiendo los estudios que conforman la literatura académica consultada existe prácticamente un acuerdo unánime en torno a tres cuestiones: la primera, que la llegada de Internet posibilita que discursos radicales contrahegemónicos tengan cabida en medios autogestionados; la segunda, que Internet no es intrínsecamente negativo, sino que tan solo es un canal y que la importancia recae en los contenidos; y la tercera,

que el uso de las nuevas tecnologías por parte de movimientos sociales como el feminismo ayudan a que exista una mayor asimilación y participación de la ciudadanía en esos movimientos. El estudio de caso de *Radiojaputa* viene a confirmar, en su mayor parte, todas estas premisas. El *podcast* nació alojado *eldiario.es*, en un medio de comunicación que, si bien es cierto que es nativo digital, actualmente constituye uno de los diarios de mayor relevancia en España. En noviembre de 2019, un año después del inicio de *Radiojaputa*, el programa lanza una campaña de solicitud de financiación a través de suscripciones para hacerse independiente y, por tanto, salir del proyecto de *eldiario.es*, lo que culmina el 2 de marzo de 2020, tal y como la propia presentadora anuncia en su cuenta de Twitter<sup>43</sup>, al tiempo que comunicaba que, tanto su columna de opinión como *Radiojaputa* se trasladaban al *online-only Público*. Cabe preguntarse, entonces, si será posible que un discurso radical feminista como el de este *podcast* tenga cabida por mucho tiempo en un medio digital como *Público* (que en los últimos meses ha dejado de contar con otras articulistas feministas radicales como Juana Gallego) o si, por el contrario, terminará siendo independiente al margen de cualquier medio *mainstream*.

En conclusión, resultan de especial interés para la Academia, las investigaciones en torno al surgimiento de este tipo de programas, cuyo contenido es esencialmente ideológico, para poner a prueba las dimensiones propagandísticas de los nuevos medios digitales, el límite discursivo que la propia superestructura mediática les impone y los efectos que su emisión genera en la audiencia, por lo que esta investigación se propone continuar con el estudio de los nuevos contenidos feministas que, sobre todo a partir del surgimiento de la cuarta ola, abundan en la Red.

---

<sup>43</sup> <https://bit.ly/3yI5P9G>