

Nuestros cursos:



A propósito de las mujeres humoristas en España

[Anterior](#)   [Siguiete](#)

Reflexiones en torno a la controversia de La Chocita del Loro

Natalia Meléndez Malavé

Introducción

En junio de 2021, durante una entrevista radiofónica por los veinticinco años de historia del local de espectáculos de comedia La Chocita del Loro, situado en el barrio de Carabanchel en Madrid, su directora Laura Sánchez Vegas fue preguntada por la escasez de nombres femeninos en su programación. Su respuesta desató una enorme controversia entre la profesión, los medios y las redes. La

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

darles uno o dos años para que estén a la altura de los cómicos que hay en La Chocita del Loro” (Cadenas, 22 de junio, 2021).

Resulta difícil resumir el aluvión de reacciones que ambas declaraciones desataron aquellos días. La guionista Pilar de Francisco fue de las primeras en responder y, junto al corte de audio de la entrevista radiofónica, publicó un tuit que contabilizaba el número de cómicas (1), frente a cómicos (26) que habían actuado en 2021 en el local. Este mismo tuit fue citado por varias compañeras, por ejemplo, la humorista Carolina Iglesias, que escribió:

A los 14 años quería ser cómica y soñaba con llegar a lugares como La Chocita del Loro. Con el tiempo muchas de mis cosas “idolatradas” me decepcionaron, pero esta es fuerte. Su programadora no contrata mujeres porque dice que hacemos comedia de víctimas o demasiado feminista” (Iglesias, 18 de junio, 2021).

De manera irónica, el guionista y escritor humorístico José Antonio Pérez Ledo tuiteó: “Hay un tío que se ha puesto una alarma en Google Calendar. Dentro de dos años le saldrá una burbuja: ‘Las tías ya son graciosas’” (Pérez Ledo, 22 de junio, 2021). La división de opiniones entre los profesionales existió en todo caso: mientras que algunos como Jaime Caravaca anunciaban su decisión de cancelar sus actuaciones en La Chocita del Loro o Ignatius Farray señalaba como injusta la aseveración y recalca que las mujeres estaban haciendo la mejor comedia actualmente, otros como el cómico Flipy sostenían: “Hay una cosa que se llama demanda y el empresario o programador lo hace en función de lo que él cree es mejor para su negocio. Lo demás es demagogia” (Flipy, 18 de junio, 2021). También en esta línea, el humorista televisivo Florentino Fernández comentó en una entrevista, aunque más tarde matizaría su afirmación, que, “si no hay más mujeres cómicas, no es una cuestión de sexos sino de talento” (Díaz-Guerra, 8 de julio, 2021). Estas reacciones fueron también rechazadas, pero, con todo, uno de los aspectos que más dolió a las profesionales fue el silencio de humoristas de larga trayectoria que no se pronunciaron sobre la polémica.

En este trabajo, nos proponemos revisar uno por uno los argumentos esgrimidos por los defensores de una supuesta homogeneidad y menor calidad del humor producido por mujeres y contrastar también si, en efecto, resulta minoritario como para no llegar a ser viable comercialmente entre el gran público. Llegaremos a este objetivo revisando algunos de los más recientes fenómenos relacionados con las humoristas en España.

De la incapacidad de las mujeres para el humor a la segmentación del discurso de las cómicas profesionales

Comencemos por la perspectiva manifestada por los responsables de la sala de actuaciones: viejos tópicos como que las mujeres hacen un humor “de nicho”, restringido a determinados temas, y el clásico cliché de que las mujeres son menos graciosas, ya expuesto por ejemplo hace años –y después múltiples veces desmontado– en el famoso artículo “Why women aren’t funny” de Christopher Hitchens, publicado en *Vanity Fair* en 2007, en el que defendía una teoría según la cual, por un

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

ciosas. Solo que cada éxito es considerado una excepción y cada fracaso una confirmación de la regla”.

Respecto a entender que las mujeres solo hacen humor de y para las mujeres, como bien expone Elena Méndez (2015):

Quizá porque todavía son *rarae avis* en la profesión, suelen estar encajadas y son consideradas humoristas femeninas y no simplemente humoristas a secas, como sus propios colegas de profesión (Juszko, 2000). Están marcadas por el género sin que se haya precisado exactamente en qué consiste la extensión significativa de dicha etiqueta (p. 75).

En efecto, parece que existe la creencia entre los responsables de la contratación de estas profesionales de que por ser mujeres no pueden hacer humor sobre temas generales, sino que han de restringirse a cuestiones como la “guerra de sexos” o los discursos ligados a su propio cuerpo (el maquillaje, la depilación, la preocupación por el peso y por encajar con un cuerpo normativo, la maternidad...). Sin embargo, cuando en los últimos tiempos nuevas generaciones de cómicas utilizan estos mismos temas, pero para darles la vuelta y convertirlos en algo más transgresor (Meléndez Malavé, 2022) y alejado de esos tópicos, incluso dotándolos de tintes reivindicativos, entonces son acusadas de victimizarse y de estar siendo “demasiado” ideológicas. Para abundar más en esta idea de cómo las humoristas españolas actuales están reapropiándose de los temas clásicos femeninos para dotarlos de una mayor capacidad subversiva, pondremos algunos ejemplos: el discurso sobre lo corpóreo acaba derivando en lo escatológico en el contenido humorístico que ofrecen las propuestas de *Soy una pringada* (Esty Quesada) o *Perra de Satán* (Beatriz Cepeda). Surgidas ambas de Internet, la primera ha cimentado una carrera como actriz y escritora de comedia a partir de su éxito en YouTube, donde, heredera directa de John Waters, sus discursos y su imagen procuran ser lo menos complacientes posible ante una audiencia a la que se saluda con un “Hola, cachos de mierda”. La segunda desmitifica desde sus cuentas en redes sociales la sexualidad de las personas con cuerpos no normativos –además de centrar bastantes de sus contenidos en su obsesión por el miembro viril– y sobre ello habla en distintos medios e incluso en novelas como *Kilo arriba, kilo abajo* (2016) o *¡Es un escándalo!* (2018).

Trasladándonos al humor gráfico, hallamos esta impronta en la obra de dibujantes actuales españolas como Ana Belén Rivero (ilustradora justamente de las novelas de *Perra de Satán* y autora de las viñetas sobre treintañeras recopiladas en 2018 en *Señora*), Mamen Moreu (que publica en la decana de las revistas satíricas españolas, *El Jueves*, la serie *Dolores y Lolo*, sobre una viuda chapada a la antigua, que convive con su nieta bisexual, poliamorosa y vegana), Raquel Gu (que destaca por su retrato de personajes femeninos una vez pasados los 40 en sus tiras para *El Jueves* y recogidos en 2018 en *¡Estoy estupefacta!* y en 2008 en *La edad estupefacta*), Ivona y su *Sex-ick!* (2010) sobre

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

Justamente, si pensamos en la maternidad, existe un precedente de este tema en plena dictadura franquista, el libro *Maternasis* (1967) de Núria Pompeia. Esta autora es un caso muy particular en esta época en España, una gran precursora a reivindicar de la ruptura con los estereotipos de mujer tradicionales también a través de sus publicaciones ya en la transición en revistas como *Triunfo* o *Por Favor* (Jareño y Sanz-Gavillon, 2018). No obstante, se trata de un fenómeno en cierto modo único del que no encontramos una gran huella hasta tiempos más recientes, en que sí se ha recogido el testigo del descenso de los altares de los mitos de la feminidad, como el de la maternidad abnegada. Así lo hace la guionista y presentadora Henar Álvarez en su cómic *La mala leche* (2020), con dibujos de Ana Müshell, en el que se retratan cuestiones no resueltas sobre el deseo sexual después de convertirse en madre. El tema de una sexualidad desinhibida protagoniza también muchas de las intervenciones de Álvarez en su sección del programa de radio, que se puede descargar en *podcast* o YouTube, *Buenísimo Bien* (Cadena SER), así como en su gran hito tras su aparición en el programa conducido por Andreu Buenafuente *Late Motiv* (#0 de Movistar) con su desprejuiciado monólogo “La puta de la clase” (más de 20.000 reproducciones solo en sus primeras horas). Solo por el título, vemos aquí un rasgo compartido por otras autoras arriba citadas, el uso de un lenguaje que se apropia del tabú, el vocabulario coloquial y la palabra malsonante, que, al igual que el humor y la risa, estaban vedadas para las mujeres dentro del comportamiento que se espera de ellas según una educación tradicional.

Entramos aquí en una cuestión fundamental para comprender ese otro tópico de la supuesta dificultad de las mujeres para ser graciosas tanto en el ámbito privado como profesionalmente. Como sostiene Regina Barreca (1991), tradicionalmente las mujeres no han adoptado el rol social de *clown* porque el humor, al igual que otros comportamientos socialmente estigmatizados (algunos específicamente relacionados con la sexualidad), es algo que no debería practicar “una buena chica”.

Así, el papel pasivo asignado a las mujeres implica no ser productoras de humor, sino consumidoras de humor, y aun así no de una manera muy efusiva, pues la risa sonora o incontrolable, la carcajada descomponen el cuerpo, algo que en todo momento debe tenerse bajo control, el mismo control que hay que ejercer sobre el peso, el vello, el atuendo... en suma, todo lo que define los límites de lo corporal.

Estos fenómenos están, a nuestro entender, en la base del mito de la ausencia de comicidad en las mujeres que con exhaustivos ejemplos desmontan Mura y Ruiz-Gurillo (2014, pp. 9-11):

Por lo que afecta al humor, algunos de los trabajos basados en la diferencia entre los géneros y en el dominio del sexo masculino sobre el femenino (Lakoff, 1975; Cox *et al.*, 1990; Goodman, 1992), determinaron que las mujeres no eran capaces de usar humor ni de interpretarlo. Como se ha demostrado posteriormente (Jenkins, 1985), tal atribución encierra en sí misma un prejuicio: el hecho de mirar la realidad desde ojos masculinos y, en consecuencia, defender que este es el único modo...

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

tales planteamientos simplistas no se fundamentan en la comprobación empírica de las hipótesis, sino únicamente en los estereotipos heredados o las ideas preconcebidas de los investigadores. Cuando los investigadores se apoyan en corpus y analizan, por ejemplo, el humor en interacción (entre otros Rossen-Knill & Henry, 1997; Hay, 2000; Attardo, 2001b; Schegloff, 2001; Everts, 2003; Norrick, 2003; Kotthoff, 2006a y 2006b; Holmes, 2006; Lampert & Ervin-Tripp, 2006; Davies, 2003 y 2006; Norrick & Chiaro, 2009) manifiestan que ambos géneros usan humor, si bien es cierto que lo emplean con finalidades diferenciadas y que los efectos y las estrategias discursivas que persiguen las diversas identidades no coinciden.

Cantidad y calidad en el humor producido por mujeres

Llegados a este punto, continuamos con la siguiente cuestión acerca de que las mujeres cómicas aún tienen que alcanzar un número y un nivel como para ser consideradas; la pregunta aquí es la siguiente: ¿si, como hemos visto, no son cuestiones intrínsecas al hecho de ser mujer lo que impide el poder profesionalizarse en mayor cantidad como humoristas, qué factores externos están contribuyendo? Lo responde de manera excelente con su propia experiencia la cómica Raquel Sastre en un hilo publicado en Twitter en julio de 2021 (Sastre, 8 de julio, 2021). En él, Sastre, razona desde la raíz del problema que a los *castings* para programas de comedia se suelen presentar hombres de todo tipo de perfiles, mujeres muy guapas y alguna humorista que tenga el privilegio de dar bien en cámara. Es decir, la tradicional tiranía de la imagen en televisión, que penaliza más a las mujeres, crea situaciones que arrastramos en las que en muy pocas ocasiones se les permite a ellas ejercer como conductoras de estos programas, si acaso como contrapunto serio del presentador cómico. De este modo, siguiendo a Sastre, se produce lo siguiente:

Así que, al final, tenemos muchos humoristas hombres en medios y muchas chicas preciosas que son súper majas, que son simpáticas y que hacen bien su trabajo. Pero no son humoristas. Así que, siempre se expone más a los humoristas masculinos que a las humoristas femeninas (Sastre, 8 de julio, 2021).

A la vez, esto conlleva que ellos acumulen más experiencia y por ello den la impresión de que son mejores. Pero, añade Sastre, con buen criterio, llegó Internet: “De este modo, gracias a redes como YouTube, Instagram, Twitter o TikTok, donde no hay selección previa, las humoristas empiezan a proliferar y a conocerse al mismo nivel, o más, que los humoristas en dichos canales” (Sastre,

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

Si bien las autoras todavía no ocupan un espacio igualitario en los ámbitos institucionalizados, como las librerías y los premios, sin embargo, siguen creando sus propios medios de autopublicación y conquistando públicos fieles en blogs, páginas webs, redes sociales y publicaciones viabilizadas a través de financiaciones colectivas.

Así, en España en los últimos años estamos viviendo un auténtico florecimiento de la comedia hecha por mujeres y, en buena parte de los casos, son medios alternativos los que les han otorgado la popularidad, como los ya expuestos de “Soy una pringada” (361.000 suscriptores en YouTube y 110.100 en Twitter), “Perra de Satán” (65.500 seguidores en Instagram), “Henar Álvarez” (173.000 seguidores en Twitter) y otras como “LalaChus3” (Laura Yustres), ahora cómica profesional tras abandonar su trabajo de recepcionista que ejercía cuando se hizo popular en TikTok –donde acumula 156.200 seguidores– durante el confinamiento por la crisis sanitaria del covid-19 en 2020. En otras redes como Instagram, la siguen aún más personas, 248.000, y a partir de ahí realiza actuaciones en vivo y colaboraciones en diversos medios. Igualmente, desde el formato vídeo en las distintas redes que lo facilitan (YouTube, TikTok, Instagram), han alcanzado popularidad humoristas como Inés Hernand (482.000 *followers* en Instagram), Andrea Compton (450.000 en Instagram, 700.000 en YouTube) o Abi Power (434.000 en YouTube). En el ámbito del humor gráfico, son las cuentas de Instagram las que facilitan la visibilidad de su obra, lo que ha impulsado las carreras de dibujantes como Raquel Córcoles (“Moderna de Pueblo”, más de un millón de seguidores), Flavita Banana (más de 600.000), Agustina Guerrero (“La Volátil”, más de medio millón), Laura Santolaya (“P8ladas”), Estefi Martínez (“Pedrita Parker”) –ambas por encima de los 200.000– o Ana Oncina (“Empanadilla y Croqueta”, con más de 100.000 *followers*), todas enormes éxitos tanto con sus publicaciones editoriales como comercializando material de *merchandising*.

En estos y otros casos –que a continuación analizaremos con más detenimiento por su especial repercusión–, han sido las redes sociales las que les han procurado a estas creadoras la posibilidad de llegar al gran público sin intermediarios, en una relación directa con el público que las elige a ellas sin que tengan que someterse a procesos de selección en los que los prejuicios hacia el humor producido por mujeres pudieran intervenir.

La medición del éxito y el prestigio: audiencias y premios

Para finalizar, hilando con estas últimas consideraciones, sopesaremos el factor éxito: ¿son rentables los espectáculos de las humoristas? Vamos a atender aquí a dos criterios que bien pudieran servir para identificar lo exitoso: por un lado, la audiencia y, por otro, los premios, dos de los aspectos considerados por Patricia Gastón Vera (2022) en su tesis doctoral sobre formatos de humor de éxito en televisión. Además, estos fueron dos de los argumentos más repetidos en las críticas a los

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

nez García se hizo por primera vez viral en 2015 a través de Facebook con un vídeo sobre su ciudad, Granada. Sin embargo, no fue hasta la época del confinamiento en 2020 cuando sus clips se convirtieron en un auténtico fenómeno y sus seguidores subieron hasta los 1.4 millones en Instagram. A partir de estos vídeos cortos, sencillos, de humor cotidiano y blanco –muy lejos de lo que quiera que signifique esa “victimización” a la que se aludía en el inicio de este texto– que se comparten compulsivamente incluso en redes de mensajería como WhatsApp, esta cómica ha cimentado una carrera en los escenarios en la que sus monólogos abarrotan no solo teatros, sino aforos que serían la envidia de estrellas del *rock* como estadios y grandes auditorios. Su caso fue puesto como ejemplo por casi todas las humoristas que reaccionaron a la polémica del mes de junio de 2022.

También protagonizando *shows* multitudinarios, agotando entradas en espacios como el WiZinc Center de Madrid (vendieron 12.000 en 17 horas o 6.000 en el festival EMHU, Encuentro Mundial de Humorismo de A Coruña), encontramos el fenómeno de *Estirando el chicle*. Se trata de un podcast conducido por las humoristas Carolina Iglesias (“Percebes y Grelos”) y Victoria Martín de la Cova (del dúo “Living Postureo”), creadoras ambas también de la *webserie Válidas* y acreedoras entre ambas, pese a su juventud, de una extensa trayectoria en radio, televisión y otros medios, apuntalado desde las redes sociales, de nuevo YouTube, Instagram y Twitter, donde alcanzan por separado y en conjunto cifras de seguidores entre los 100.000 y los 361.000. Su proyecto *Estirando el chicle* comenzó en mayo de 2020 y fue creciendo desde el *podcast* independiente hasta ser fichado por Podium Podcast –plataforma de *podcasting* del grupo PRISA– y realizar giras de *shows* de grabación en directo. Así, el espacio lidera los ránquines de descargas en España desde las distintas plataformas en que es posible consumirlo: según datos de junio de 2022, consiguió superar los 5,6 millones de visualizaciones en YouTube, logró 1,8 millones de descargas en *podcast* y alcanzó alrededor de dos millones de usuarios únicos, entre espectadores de YouTube y oyentes de *podcasts*.

Pero, más allá de las audiencias, los premios de prestigio como elemento de calidad y éxito de estas propuestas han de tenerse en cuenta; en el caso de *Estirando el chicle*, en 2021 les fue concedido el Premio Ondas^[1] nacional de radio a mejor *podcast* o programa de emisión digital. Este premio lo consiguieron *ex aequo* precisamente con *Deforme Semanal*, de Lucía Lijtmaer e Isa Calderón, otro ejemplo de un espacio de humor realizado por mujeres de gran popularidad. El formato nació en 2016, como programa cultural y político que se realiza con público en directo. En este espectáculo, que ha podido verse en el Teatro Arlequín o en el Palacio de la Prensa de Madrid, las autoras desgranar su particular visión de la vida y la realidad contemporánea. En septiembre de 2019, lanzaron una versión sonora del programa titulada *Deforme Semanal Ideal Total*, en Radio Primavera Sound, la plataforma de *podcast* del festival Primavera Sound, de la que es líder de descargas y uno de los *radioshows* más escuchados en España, con oyentes en Argentina, México, Colombia y Chile.

Tanto *Estirando el chicle* como, muy explícitamente, *Deforme Semanal* son espacios en los que se aborda de manera constante el feminismo. Quizá en sus creadoras estaban pensando desde La Chocita del Loro cuando hablaban de humoristas “excesivamente feministas”, pero, como bien han argumentado muchas de estas cómicas, se es o no se es feminista, no es algo que se desarrolle ni a medias ni “en exceso”. Y estos espacios lo son y están siendo aceptados por un público amplio ávido de encontrar estos mensajes dentro de su dieta mediática. Aún más recientemente un estudio del

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

objetivo conseguir la igualdad entre sexos. Los autores afirman que los datos obtenidos son un primer paso hacia la conclusión de que el humor subversivo contra el sexismo puede funcionar como una herramienta para combatir las actitudes sexistas, la discriminación contra las mujeres y la desigualdad de género (Riquelme, Carretero-Dios, Megías, *et al.*, 2021).

A modo de conclusión

Las humoristas españolas actualmente están experimentando un auge que está revolucionando el panorama y, más aún, está suponiendo la existencia de referentes, posibilitando una normalización del humor en relación con las mujeres, que pueden ser vistas como sujeto emisor en la comedia. Coexistiendo con los temas clásicos del humor realizado por mujeres en el pasado (Meléndez Malavé, 2022), el abanico de temas y enfoques se multiplica y, en efecto, permanecen cuestiones relativas a la esfera de lo que hasta ahora se entendía como el universo femenino, pero vistas desde otra óptica, más subversiva, a veces militante en el feminismo, pero otras sencillamente desde la experiencia de ser mujer y, en otros casos, tratando temas generales y diversos, como ocurre con la comedia producida por varones. Es decir, el hecho de que sean mujeres las que crean contenido humorístico no quiere decir que este tenga que ser un contenido exclusivo para público femenino o sobre cuestiones femeninas o feministas, en ocasiones se dará ese caso, en otras no. Es la aspiración al menos de estas autoras cuando manifiestan que quieren ser humoristas para todo el público y no de un segmento.

Otra cuestión fundamental es el hecho de que son Internet y, muy especialmente, las redes sociales mediáticas los que les están permitiendo ocupar sin intermediación y sin excesivas inversiones estos espacios que las están haciendo más visibles. Pero ello supone también una reacción dentro de un sistema aún patriarcal, con resistencias a veces a este cambio de roles, que genera controversias como las aquí expuestas. Sin duda creemos que son cuestiones que merecen nuestra reflexión y contribuir en lo posible desde la academia a abordar un asunto que, en ocasiones, por su cercanía con lo cotidiano y lo popular, no es suficientemente tenido en cuenta. Por último, como idea final, queremos plantear la necesidad de abrir nuevos caminos a futuras investigaciones, y juzgamos que el siguiente paso es estudiar la escena en otros territorios afines para analizar si este fenómeno que modestamente hemos intentado trazar en España se está dando también en otros países de nuestro entorno.

Bibliografía

Barreca, R. (1991). *They Used to Call Me Snow White... But I Drifted: Women's Strategic Use of Humor*. Nueva York: Viking.

Borges, G. *et al.* (2018). Historieta feminista en América Latina: autoras de Argentina, Chile, Brasil y México. *Tebeosfera. Tercera Época*, 6. Disponible en t.ly/gPW8S.

Cadenas, J. F. (2021). La Chocita del Loro: “El nivel de las mujeres es más bajo para hacer humor”. *El País*, 22 de junio. Disponible en t.ly/x9MNF.

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar

Gastón Vera, P. (2022). *Periodismo de humor en televisión: análisis histórico, fórmulas y estructuras de éxito (1990-2015)*. Tesis doctoral inédita. Universidad de Zaragoza, España.

Hoy por Hoy Madrid (2021). Podcast, 18 de junio. Disponible en t.ly/RsPK.

Iglesias, C. [@percebesygrelos]. (18 de junio de 2021). Twitter. En t.ly/zWpW.

Jareño, C. & Sanz-Gavillon, A. C. (2018). Dibujar el feminismo: la obra temprana de Núria Pompeia. *Filanderas. Revista Interdisciplinar de Estudios Feministas*, 3, 59-76.

Kohen, Y. (2013). *We Killed: the Rise of Women in American Comedy*. Londres: Picador.

Kotthoff, H. (2006). Gender and humor: The state of the art. *Journal of Pragmatics*, 38(1), 4-25.

Meléndez Malavé, N. (2022). Sexo, verdades y vídeos virales: la transformación del humor femenino español en la era digital. En A. Calvo (ed.). *El humor y su sentido* (pp. 285-300). Madrid: Cátedra.

Méndez-García de Paredes, E. (2015). “Mujeres alteradas”. La autoironía de grupo como liberación de tabúes femeninos. *Discurso & Sociedad*, 9(1-2), 71-95.

Mura, Á. & Ruiz-Gurillo, L. (2014). Introducción. *Feminismo/s*, 24, 9-14.

Pérez Ledo, J. A. [@mimesacojea]. (22 de junio de 2021). Twitter. En t.ly/eqd1.

Riquelme, A. R., Carretero-Dios, H., Megías, J. L. *et al.* (2021). Joking for Gender Equality: Subversive Humor Against Sexism Motivates Collective Action in Men and Women with Weaker Feminist Identity. *Sex Roles*, 84, 1-13.

Sastre, R. [@raquelsastrecom]. (8 de julio de 2021). Twitter. En t.ly/Jt84c.

-
1. Se trata de galardones entregados a los profesionales de radio, televisión, publicidad en radio y música, concedidos anualmente por Radio Barcelona, emisora de la SER del grupo PRISA, desde 1954. Son los primeros premios de radio y televisión instituidos en España, por lo que gozan de gran prestigio. [↵](#)

Deja un comentario

Conectado como [sostienenatalia](#). [Log out?](#)

Código CAPTCHA *

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar