Sujeto femenino y mercantilización del yo en la cultura digital: La escritura de Barbijaputa como espacio de indisciplina y resistencia

Ambra Pinello
Università degli Studi di Palermo (Italia)
ambra.pinello@unipa.it

Resumo: En una época marcada por la mercantilización de la identidad y la ubicuidad de las tecnologías digitales, el estudio de las narrativas feministas en línea ofrece claves fundamentales para comprender las representaciones del sujeto femenino. En este marco, el presente trabajo se centra en la autora española Barbijaputa, cuya obra – surgida en la red y todavía poco explorada por la crítica – se ofrece como ejemplo emblemático de una escritura contestataria que problematiza las lógicas del empoderamiento individual, la performatividad y la apropiación neoliberal de los discursos críticos. Desde una perspectiva interdisciplinar, que conjuga los estudios literarios, culturales y de género, el análisis pretende mostrar cómo su proyecto literario y político abre nuevas vías para reconsiderar las formas actuales de narrar y pensar la experiencia femenina en un ecosistema digital que condiciona y redefine los discursos sobre las mujeres.
Palavras-chave: Barbijaputa; Escritura feminista; Cultura digital; Neoliberalismo; Identidad femenina.

Abstract: In an era marked by the commodification of identity and the ubiquity of digital technologies, feminist writing offers essential insights for understanding the representation of the female subject. In this context, the present article focuses on the Spanish author Barbijaputa, whose work – born online and still largely unexplored by critics – is presented as an emblematic example of a form of dissident writing that challenges the logics of individual empowerment, performativity and neoliberal appropriation of critical discourses. From an interdisciplinary perspective that combines literary, cultural and gender studies, the analysis aims to show how her literary and political project opens new possibilities for rethinking contemporary ways of narrating and understanding female experience within a digital ecosystem that conditions and reshapes discourses about women.
Keywords: Barbijaputa; Feminist writing; Digital culture; Neoliberal feminism; Female identity.

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

> Y entonces pregunté, no sé si a mi padre o a mi madre, si había que ser siempre lo que ya se era, si siendo yo una niña no podría ser nunca un caballero, por ser una mujer. Y esto se me quedó en el alma, flotando, porque yo quería ser un caballero y quería no dejar de ser mujer, eso no; yo no quería rechazar, yo quería encontrar, no quería renegar y menos aún mi condición femenina, porque era la que se me había dado y yo la aceptaba, pero quería hacerla compatible con un caballero, y precisamente templario. (Zambrano, 2014: 717)

1. Repensar la representación femenina en la era digital: fundamentos teóricos y perspectivas de análisis

A principios del siglo XXI, la convergencia entre tecnología digital y movimientos feministas dio lugar a un campo de acción y reflexión particularmente fértil. La expansión de Internet propició la aparición de espacios de comunicación electrónicos alternativos, en los que se articularon las primeras manifestaciones del ciberfeminismo y donde las mujeres pudieron expresar su voz de forma inédita. El objetivo de dichos espacios no ha consistido únicamente en «aumentar la visibilidad de la mujer en los medios, sino también [en] elaborar las informaciones desde una perspectiva de género» (Larrondo Ureta, 2005: 376), desafiando las narrativas patriarcales hegemónicas.

Paralelamente, en el marco de los estudios feministas y mediáticos, se ha observado un importante desarrollo de las investigaciones dedicadas a analizar cómo las tecnologías digitales inciden en la representación y construcción de las identidades de género. Al tratarse de un campo interdisciplinario, las líneas de investigación han adoptado enfoques múltiples y heterogéneos: desde los estudios sobre la mujer y su representación en los medios tradicionales (Gallagher, 1981; Gallego Ayala, 1990), hasta los análisis sobre el feminismo digital (Rubio Liniers, 2003; Sampedro, 2004; Hinojosa Mellado, 2004; Núñez Puente, 2008; García Jiménez & Núñez Puente, 2008; Sanz, 2018; Martínez García, 2020; Willem, 2021; Navarro, 2022), que ponen de relieve tanto el potencial emancipador de los entornos virtuales como los riesgos de reproducción de estereotipos y desigualdades de género.

En esta evolución teórica, el trabajo de Margaret Andrews (2006) aporta una reflexión esencial al examinar las prácticas digitales desarrolladas en España para la reivindicación de nuevas formas de identidad femenina. En “Ethics, Gender and the Internet: An exploration of some Spanish feminists’ praxis”, la autora subraya la dimensión política de los nuevos espacios de la red, concebidos como territorios de resistencia y transformación sociocultural. Unos años

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

más tarde, en 2008, Angela McRobbie marca un punto de inflexión al advertir que la cultura postfeminista reconfigura las narrativas de emancipación femenina desde una lógica neoliberal. En *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change (Culture, Representation and Identity series)*, la estudiosa demuestra que, en lugar de desaparecer, las estructuras patriarcales cambian forma para responder a un discurso de autonomía y autoexplotación individual, donde la libertad se confunde con la capacidad de competir y consumir.

A partir de estas premisas, estudios recientes han evidenciado que las plataformas digitales, lejos de desactivar las jerarquías de género, tienden a reconfigurarlas bajo lógicas de visibilidad, exposición y vigilancia que reproducen – con apariencia de libertad – dinámicas de poder tradicionales (Zafra, 2019; Núñez Puente, 2022). En este contexto, resultan especialmente relevantes los dos estudios críticos propuestos, respectivamente, por Sarah Banet-Weiser y Catherine Rottenberg. En *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny* (2018), Banet-Weiser sostiene que el llamado feminismo popular se ha transformado en una mercancía mediática que circula dentro del capitalismo cultural, diluyendo la potencia política del movimiento y normalizando la misoginia. Evidentemente, las mismas voces que han encontrado en internet un canal sin precedentes para su circulación global han sido, a la vez, sometidas a un proceso sistemático de cooptación neoliberal que ha absorbido y recodificado la crítica feminista, haciéndola compatible con lógicas de mercado. Tal como explica Catherine Rottenberg en *The Rise of Neoliberal Feminism* (2020), este tipo de narrativas desplaza el eje político del movimiento hacia la responsabilidad individual, reinterpretando la emancipación como una cuestión de elección personal y éxito económico. En consecuencia, dicha cooptación puede entenderse como el proceso mediante el cual los discursos críticos – en origen contrahegemónicos y subversivos – son neutralizados por el propio sistema que combaten y transformados en productos simbólicos que refuerzan las estructuras de poder. Este fenómeno implica la apropiación de ideas progresistas por parte de un mercado que aniquila el potencial emancipador del feminismo en favor de una estética del rendimiento y la mejora personal.

En el ámbito mediático, la cooptación se hace visible cuando los lemas típicos de empoderamiento se emplean como eslóganes publicitarios o estrategias de marca que promueven el consumo como vía de liberación. Así, el capitalismo neoliberal ha aprendido que la mejor táctica para neutralizar la crítica no es silenciarla, sino mercantilizarla, convertirla en contenido vendible. Las mujeres que denuncian el patriarcado, por lo tanto, encuentran

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

numerosos espacios virtuales donde expresarse, pero, en dichos espacios, su visibilidad se legitima únicamente a través de algoritmos y métricas de *engagement* – número de seguidores, *likes* o visualizaciones. De esta manera, la disidencia se convierte en espectáculo y el sujeto femenino, lejos de emanciparse realmente, se reconstruye conforme a los parámetros del mercado.

Frente a la cooptación de las narrativas feministas por parte de estructuras hegemónicas, el presente estudio se propone mostrar cómo la escritura polifacética de Barbijaputa, caracterizada por un tono irreverente y crítico, cuestiona abiertamente las lógicas del mercado y el discurso del empoderamiento individual, subrayando la urgencia de una resistencia feminista colectiva, consciente y situada. Considerando imprescindible la adopción de un enfoque metodológico interdisciplinar y holístico que combine el análisis literario con los estudios de género, culturales y de los medios, se busca alcanzar una comprensión más profunda de las dinámicas de poder en el ámbito digital y de las nuevas configuraciones del sujeto femenino. Sin pretensión de exhaustividad, se sugiere que la intersección entre literatura, feminismo y cultura digital ofrece claves interpretativas decisivas para repensar la autenticidad del feminismo contemporáneo frente a su integración en el imaginario neoliberal.

2. La escritura crítica de Barbijaputa como denuncia de la cooptación neoliberal del sujeto femenino

En un mundo digital dominado por discursos neoliberales que fomentan la comercialización de toda forma de expresión subjetiva (Archer, 2019), las identidades femeninas se negocian dentro de marcos que convierten la autenticidad en valor de cambio. Esto supone la existencia de un "yo" femenino auténtico y reprimido que podría liberarse mediante su representación mediática, lo que reproduce, paradójicamente, el mismo esquema de opresión que pretende superar.

La obra de Barbijaputa [1] se inscribe precisamente en esta tensión fundamental, intentando desvelar las dinámicas que condicionan la narración y representación de la subjetividad femenina. Consciente de que la construcción de la identidad femenina en las

[1] Bajo el seudónimo Barbijaputa, la autora logró mantener oculta su identidad durante años. No obstante, recientemente, en el marco de un proceso judicial del cual fue absuelta hace unos meses, salió a la luz que tras el personaje se encuentra la andaluza María Pozo Baena. La propia autora relata este proceso por presuntos delitos de odio, en el episodio de su pódcast "Crónica del juicio que nunca existió" del 6 de abril de 2025, donde denuncia la «persecución ideológica» que ha tenido que afrontar.

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

plataformas en línea corre el riesgo de reproducir, al menos en parte, los códigos de dominación que la oprimen, la autora recurre a la ironía y a la desmitificación del discurso mediático como estrategias de resistencia simbólica, trasladando al lenguaje periodístico y literario una mirada profundamente política sobre los modos de representación y sus trampas.

Como se ha señalado en trabajos anteriores (Pinello, 2025), su firma aparece por primera vez en un blog personal y se da a conocer de forma masiva a partir de 2009 en un perfil de Twitter, donde, bajo la imagen de una Barbie con cuernos y rabo de diablesa, Barbijaputa trata aspectos concretos del feminismo y de la política actual. A lo largo de su trayectoria profesional y artística, atraviesa distintos géneros literarios y canales de comunicación: desde el periodismo – como colaboradora de revistas como *elDiario.es*, *LaMarea.com*, *PikaraMagazine.com* y *Público.es*, entre otras –, pasando por la poesía – con la publicación, en 2015, del poemario infantil *El planeta Lilaverdía* –, el ensayo – *Machismo. 8 pasos por quitárselo de encima* (2017) – y la novela – *La chica miedosa que fingía ser valiente muy mal* (2017) y *Nadie duerme* (2019) –, hasta llegar finalmente al pódcast *Radiojaputa*, su proyecto inaugurado en 2018 y hoy en día difundido a nivel internacional.

Más allá de la diversidad de formatos y registros, la coherencia del proyecto de Barbijaputa radica en una intención crítica unívoca e inquebrantable: cuestionar el sistema androcentrista y desvincularse de los estereotipos de las representaciones femeninas convencionales, intentando revelar cómo toda representación implica siempre una forma de manipulación. Su escritura, en este sentido, no se limita a describir la opresión mediática, sino que interviene activamente en ella, desvelando los mecanismos de cooptación ideológica que operan en la red.

En este sentido, tal como demuestra Kerich (2019), las tecnologías digitales han contribuido desde su origen al desarrollo de una estetización de la identidad, promoviendo una ideología que convierte el yo en una mercancía visual destinada al intercambio simbólico y económico. No se trata de prácticas malas en sí mismas, sino de la lógica que las sustenta, es decir la de la representabilidad como sinónimo de libertad, que es precisamente la que el neoliberalismo necesita para perpetuarse, generando sujetos convencidos de su autenticidad mientras reproducen sin resistencia los valores del mercado. Barbijaputa rechaza esta lógica, denunciando cómo el sistema patriarcal-capitalista ha aprendido a regenerarse mediante la cooptación semiótica de la retórica feminista, vaciándola de potencia política mientras

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

multiplica sus significados hasta hacerla infinitamente flexible y, por tanto, compatible con cualquier régimen de explotación.

De acuerdo con el estudio reciente de van der Merwe (2025) sobre el fenómeno de la microcelebridad y su relación con la cultura fan, podemos afirmar que cualquier narración o performance en línea encierra una autoexplotación fundamental. Esto implica que los creadores de contenido vean sus identidades corporales sustituidas por una prótesis digital, según un principio mimético que conlleva una trágica pérdida de libertad e individualidad:

> To establish these cultures and followings, the influencer enacts (or performs) a personal brand alongside their 'real' identity. The auto-exploitative actions taken in pursuit of validation and attention represent a corresponding decay of the corporeal, substituting physical presence with a digital prosthesis as individualism fades away in the face of a mimetic logic dictating its price as the loss of freedom and individuality. Individuality implies distance: a recognition of a sense of self separate from others. (van der Merwe, 2025)

Asimismo, en la red, el concepto de feminismo corre el riesgo de ser neutralizado mediante una saturación de significados que lo privan de su primaria definición política, convirtiéndose así en un significante vacío. Este proceso de vaciamiento – al que las empresas y los medios recurren sistemáticamente – responde a una lógica específica de mercantilización propia del neoliberalismo que tiende a absorber la retórica de la emancipación precisamente para contrarrestar su potencia transformadora. De este modo, el feminismo pasa a ser un instrumento de marketing (Rottenberg, 2020). En palabras de Bennett (2024):

> Neoliberal feminism's tendency to depoliticize feminist messages and commodify feminist ideals dilutes the transformative potential of feminist movements. By turning feminist symbols and slogans into marketable products, the radical roots of feminism are often stripped away, making it less effective in challenging entrenched power structures and advocating for systemic change. This commodification can lead to a superficial engagement with feminist issues, where the focus is on surface-level empowerment rather than addressing deeper, more complex forms of oppression. (p. 56)

Se produce, así, una tensión interna puesto que la diseminación de discursos de libertad e igualdad actúa como una poderosa estrategia hegemónica para diluir precisamente aquello que afirma promover (Banet-Weiser, 2018a; 2018b), funcionando como un mecanismo de cooptación más refinado que la censura directa. Barbijaputa, en su obra, se opone declaradamente a este mecanismo. En su artículo "¿Para qué el feminismo existiendo el liberalismo?", publicado en *elDiario.es* el 23 de mayo de 2016, explica cómo el neoliberalismo ha reciclado el discurso de la igualdad en una retórica meritocrática que responsabiliza a las mujeres de su propia subordinación. En sus palabras:

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

> […] los autoproclamados "liberales en lo económico". La incapacidad que tienen para analizar la realidad de la mayoría social es apabullante. Incapacidad de analizarla o interés en invisibilizarla. […] Esta fórmula del éxito de los neoliberales para acabar con la desigualdad de género es una trampa que ya usó el capitalismo para acabar con la lucha de clases, y que ahora sale para acallar el auge del feminismo. (Barbijaputa, 2016)

La autora subraya, así, que este tipo de discurso convierte el «éxito» en una cuestión individual, desligada de toda lectura estructural, afirmando que «nada les viene mejor a los privilegiados que el hecho de que el oprimido piense que su situación es exclusivamente culpa suya». Esta afirmación revela el núcleo de su crítica: al desplazar el conflicto hacia el terreno del consumo, la ideología del empoderamiento desactiva la carga social y crítica del feminismo. En consecuencia, la representación mediática de la mujer – incluso la que se presenta bajo el lema del feminismo – reproduce las estructuras de poder que pretende cuestionar. Desde esta perspectiva, la autora coincide con la reflexión propuesta por García-Granero Gascó (2018; 2020) sobre la influencia de la ideología neoliberal en la legitimación de las desigualdades de género. En sus palabras:

> La ideología neoliberal reduce la igualdad a una visión idealizada del intercambio mercantil, en el que agentes económicos independientes intercambian libremente mercancías equivalentes. […]. Esta visión se mantiene ciega ante la coerción y la desigualdad que realmente vertebran los intercambios en el mundo real. Se celebra la elección individual y el logro meritocrático, al tiempo que se ocultan los mecanismos estructurales e ideológicos que realmente condicionan las elecciones de las personas según su sexo. El marco axiológico neoliberal vende un discurso según el cual la promoción personal siempre dependerá de los méritos que cada persona recolecte, enmascarando tanto las diferencias en los puntos de partida como las dinámicas de opresión y discriminación que impiden el correcto reconocimiento de las personas (García-Granero Gascó, 2020, p. 216).

Puesto que el neoliberalismo reconfigura las diferencias estructurales bajo la retórica del mérito y de la responsabilidad individual, la mujer que fracasa no lo hace por hallarse atrapada en estructuras sistémicas de opresión, sino por carecer del merecimiento suficiente. La meritocracia se convierte así en un relato legitimador que niega la existencia misma de la desigualdad mientras la reproduce y perpetúa bajo nuevas formas de visibilidad.

En este marco, Alexandra Rutherford (2018), analizando la complicidad de los saberes psicológicos en la producción de la subjetividad neoliberal femenina, demuestra que, bajo el disfraz de la emancipación, muchos discursos reproducen las lógicas de individualización y auto-responsabilización (Rutherford, 2018, p. 622). En línea con su estudio, podemos afirmar que, hoy en día, tanto el discurso terapéutico como el mediático, promueven una idea de empoderamiento que es desvinculada de cualquier transformación estructural, reforzando, así, la culpabilización individual de las mujeres frente a las injusticias sistémicas.

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

En respuesta a estos discursos, que suelen sustituir los análisis en términos de clase y de género por narrativas individualizantes descontextualizadas de la estructura social y las realidades colectivas (García-Granero Gascó, 2018), la escritura de Barbijaputa reactiva la dimensión política del feminismo y la desplaza del ámbito de la autoayuda y el consumo al de la denuncia y la acción colectiva:

> Las mujeres, siendo entre nosotras tan distintas, sufrimos experiencias similares (casi diría exactas) en nuestro día a día por el hecho de ser mujer. […]. Las mujeres, siendo tan distintas entre nosotras, hemos sabido tejer una red para protegernos entre nosotras de este sistema, el patriarcado, y de sus palmeros. Las mujeres, a pesar de diversas, hemos abrazado el feminismo porque es la única lucha que analiza y denuncia este sistema que nos aparta, que nos agrede, que permite que seamos ciudadanas de segundas. Y, siendo tan diferentes, cada vez más y más mujeres […] nos "etiquetamos" como feministas, porque bendita etiqueta, es el mejor de los escudos. (Barbijaputa, 2018a)

La autora insiste en ese concepto continuamente, denunciando la apropiación oportunista del discurso feminista por parte de la derecha política y del neoliberalismo económico tanto en sus novelas como en los episodios de su pódcast o en las columnas publicadas en la prensa digital. Un ejemplo emblemático, en este sentido, es el artículo "Están perdidos, señores. En todos los sentidos", publicado el 12 de marzo de 2018 en la sección *Zona Crítica* del periódico *elDiario.es*, donde leemos:

> No han entendido que en el feminismo las referentes son mujeres, y además son progresistas. Que el feminismo es avanzar, es evolucionar, es progresar. […]. Jamás será la ley del más fuerte que es el neoliberalismo, señores liberales. El feminismo es pelear como leonas para quitarnos los palos que el neoliberalismo y la derecha nos ha puesto siempre -y nos sigue poniendo- en las ruedas. El feminismo es luchar como vikingas contra el enemigo mientras cuidamos con delicadeza de las nuestras. Están perdidos, señores. En todos los sentidos. (Barbijaputa, 2018b)

Esta declaración articula una oposición frontal entre feminismo y neoliberalismo, desvelando la paradoja de un sistema que intenta absorber la crítica feminista bajo sus propias categorías de pensamiento. El feminismo, para Barbijaputa, no puede coexistir con la lógica de la competitividad ni con la retórica del empoderamiento individual, porque ambas reproducen la jerarquía que declaran combatir. De ahí su defensa de un feminismo colectivo, combativo y solidario, que pelea como «leonas» o «vikingas», mientras cuida «con delicadeza».

Desde esta perspectiva, su razonamiento parte de una comprensión profunda de la identidad femenina no como una esencia preexistente y unívoca, sino como una construcción discursiva y performativa, continuamente producida y reproducida por las lógicas mediáticas que la enuncian. En este contexto, la teoría de Judith Butler resulta fundamental. En *Gender Trouble* (1990), Butler plantea que el género no es una sustancia fija, sino el efecto reiterado de actos performativos que generan la ilusión de una identidad coherente y estable. En el contexto

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

digital, esta performatividad se intensifica y adquiere nuevas dimensiones: el sujeto femenino actúa, se representa y se reconfigura en interacción constante con los demás usuarios y con los algoritmos que median sus prácticas narrativas.

Publicar, comentar o compartir son, en este sentido, actos performativos que actualizan la identidad en el espacio virtual, haciendo visible la tensión entre autonomía simbólica y condicionamiento sistémico ejercido por las lógicas propias del medio. Barbijaputa denuncia con lucidez cómo esta performatividad digital – presentada bajo el disfraz de ejercicio de libertad y visibilidad – opera en realidad dentro de los parámetros del mercado, funcionando como un mecanismo de dominación más sutil y eficaz que las formas tradicionales de represión. En la columna "La 'cara Instagram'", firmada en *Público.es*, el 23 de septiembre de 2024, la autora evidencia la estrecha relación entre la industria estética y las redes sociales, mostrando cómo los ideales de belleza son instrumentalizados como herramientas de control simbólico: «El gigante de la industria estética, aliado con redes sociales como Instagram, es el peor enemigo del sexo femenino» (Barbijaputa, 2024a). Además, señala que: «la industria estética invierte en redes como Instagram las millonadas necesarias para que se nos muestren constantemente caras y cuerpos de mujeres [...]. La inmensa mayoría de niñas, adolescentes y mujeres no ganan nada, solo pierden: dinero, tiempo y una autopercepción sana» (Barbijaputa, 2024a). Estas observaciones revelan la dimensión estructural del fenómeno: la performatividad digital femenina – aparentemente liberadora – responde a una lógica económica y mediática que reconfigura la subjetividad femenina como un producto visual y emocional destinado al consumo, reproduciendo los dictámenes de la mirada hegemónica. Así, la exposición constante del cuerpo y la palabra no constituye sino el resultado de una manipulación: un método escurridizo de dominio simbólico y económico en el que el control se ejerce bajo la ilusión de autonomía. Por esta razón, las mujeres ya no son silenciadas, sino incitadas a hablar, a narrarse, a enseñarse; sin embargo, esta incitación a la visibilidad, presentada como conquista de libertad, responde en realidad a un diseño estructural previo que neutraliza el conflicto y desactiva toda posibilidad de disidencia. La exposición del yo femenino se convierte así en una práctica regulada, donde las experiencias narradas o las imágenes propuestas se mercantilizan y se integran al circuito del entretenimiento digital. De este modo, la subjetividad femenina es capturada en un bucle de autoexplotación que, bajo el signo de la autenticidad, refuerza las jerarquías y desigualdades que pretende subvertir.

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

Estudios recientes sobre los medios de comunicación, de hecho, muestran cómo las mujeres creadoras de contenidos en redes sociales experimentan una forma particular de explotación donde su propio ser – sus cuerpos, sus narrativas, sus emociones – se convierte en materia prima para la acumulación de capital. Mou y Faruk (2024) señalan que, para dichas creadoras, más que para los creadores varones, el hecho de crear personas – o personajes – digitales y diferenciarse en mercados ya saturados, comporta que la frontera entre autenticidad y mercantilización se haga cada vez más imperceptible. De este modo, el *auto-branding* se convierte no solo en una herramienta de visibilidad, sino también en un mecanismo de supervivencia económica que redefine la relación entre identidad y producción simbólica. A este propósito, subrayando la dimensión de género, los dos estudiosos aclaran:

> […] women, in particular, navigate the tensions between authenticity and commercial appeal in their content creation endeavors. This intersectional analysis underscores the multifaceted challenges inherent in freelance digital branding, where creators must balance creative autonomy with market demands. (Mou & Faruk, 2024, p. 33)

Como observa Chunfeng Lin en su análisis "The Fetishized Identity Economy: Persona Capital, Staged Class, Platform Capitalism on Short-Video Platform" (2025), la identidad ya no se concibe como una expresión genuina del sujeto, sino como un producto cuidadosamente diseñado para maximizar la visibilidad y la rentabilidad dentro del ecosistema algorítmico. En palabras del autor, la identidad es «engineered rather than expressed» (Lin, 2025, p. 1), es decir, construida y programada a partir de las demandas del mercado. Por lo tanto, cualquier contenido que circula en las redes resulta ser inevitablemente filtrado por un entramado de algoritmos que plasman su producción, moldean su forma y determinan su éxito. El feminismo, en este contexto, se convierte en un género performativo más, una forma de expresión y de consumo que debe ser simultáneamente auténtica, consumible y coherente con las lógicas de la viralidad.

Frente a estas dinámicas, Barbijaputa critica la falsedad de la promesa de representación misma y, al negarse a proporcionar una imagen coherente y consumible de lo femenino, crea un espacio de ininteligibilidad que es, paradójicamente, más emancipatorio que cualquier representación "positiva" o "empoderada". En su obra, la resistencia no pasa por la afirmación de un nuevo modelo identitario, sino por la desarticulación de la maquinaria simbólica que transforma el feminismo en producto.

Desde esta perspectiva, asistimos a un cambio radical de enfoque: no se trata de mejorar la posición individual de la mujer dentro de las estructuras existentes, sino de reconocer cómo dichas estructuras son, en sí mismas, patriarcales, racializadas y de clase. La lógica neoliberal

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

y capitalista contemporánea toma las demandas fundamentales del feminismo, como la autonomía corporal, la autodeterminación, la igualdad de género, y las traduce al lenguaje del emprendimiento, el autocuidado y la visibilidad mediática. En este marco, la crítica de Barbijaputa adquiere una dimensión aún más clara. Si en la primera parte hemos visto cómo dicha lógica convierte la identidad – también la feminista – en un producto performativo, consumible y alineado con la economía de la visibilidad, la autora muestra cómo esta misma lógica opera también en el plano material, reforzando las viejas jerarquías y marginaciones patriarcales. Así, el vaciamiento simbólico del feminismo tiene un correlato directo en la organización económica de la vida cotidiana, donde todo lo que no resulta rentable queda sistemáticamente relegado o excluido. Un ejemplo paradigmático del sistema que la autora denuncia es la invisibilización del trabajo doméstico de las mujeres, consecuencia de unos criterios mercantilistas que solo reconocen como "trabajo" las actividades remuneradas. Esta economía política es precisamente lo que Barbijaputa cuestiona al señalar que el feminismo neoliberal se centra en promover la igualdad de oportunidades solo en los espacios del mercado laboral formal, dejando al margen a todas aquellas mujeres cuya explotación se produce fuera del espacio público. A este propósito, el artículo «El tiempo es oro, y se lo están quedando ellos», publicado el 14 de octubre de 2024 en *Público.es*, describe cómo esta invisibilización afecta la vida cotidiana de las mujeres.

A través de una escritura que combina lo testimonial con lo político, Barbijaputa demuestra en su columna cómo el sistema patriarcal construye una estructura temporal específica que beneficia al capital y a los hombres simultáneamente, mientras explota el tiempo de las mujeres. El título mismo del artículo – «El tiempo es oro» – invoca el aforismo capitalista por excelencia para inmediatamente subvertirlo: no se trata de que el tiempo sea precioso para las mujeres, sino de que «se lo están quedando ellos». Esta inversión semántica condensa toda la polémica antes mencionada: mientras que el mercado reconoce y remunera cierto trabajo – el masculino –, el trabajo que sustenta la reproducción social entera – el femenino – permanece invisible y, en cuanto tal, no remunerado.

Más adelante en el texto, la voz narrativa de Barbijaputa se sirve de un desplazamiento temporal revelador de cómo se construye la consciencia feminista. A través de una analepsis, la autora vuelve a su juventud, recordando su antigua concepción del amor romántico que ha decidido abandonar gracias al feminismo: «Ahora, andando por la calle, no pienso en fuegos artificiales, el feminismo ya me liberó de aquello. Fueron otras mujeres, efectivamente, quienes

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

me salvaron del mito del amor romántico, quienes me salvaron del yugo» (Barbijaputa, 2024b). Este desplazamiento temporal es crucial, puesto que muestra que la liberación no viene del consumo mediático o de la visibilidad individual, sino de la educación política colectiva entre mujeres.

Sin embargo, lo que distingue la de Barbijaputa de otras narrativas feministas es que su punto de observación no se detiene en la liberación de los mitos románticos. En su lugar, expande la mirada hacia lo que realmente observa en el espacio público, evidenciando una asimetría profunda en cómo hombres y mujeres normalmente ocupan su tiempo y en cómo narran, respectivamente, sus vidas:

> Ahora ya no escucho a los hombres. Ahora escucho a las mujeres: a las que están delante de mí en la cola de las tiendas, que tienden en sus balcones, que se cambian junto a mí en el gimnasio. Y me he dado cuenta de que los hombres hablan de sí mismos, y las mujeres hablan de todo lo que tienen que hacer por los hombres. (Barbijaputa, 2024b)

El análisis se vuelve más explícito cuando se propone la comparación entre las prácticas de fin de semana de hombres y mujeres. La descripción detallada de «un sábado cualquiera» funciona como anatomía de la estructura patriarcal:

> Es sábado por la mañana. Mientras muchas mujeres se preparan para otro día de trabajo invisible—ese que no tiene horario ni salario—, ellos se colocan sus mallas y su casco o se visten con su camiseta de su equipo de fútbol. Ellas se quedan con las niñas, las ves en la plaza, comprando sin quitarle el ojo de encima al hijo, a los hijos. Las ves en las tiendas, las ves con los carritos, las ves tender en los balcones, las ves haciendo y deshaciendo. (Barbijaputa, 2024b)

La enumeración de tareas femeninas – comprar, cuidar, tender, hacer y deshacer – no es meramente descriptiva. Mediante la anáfora «las ves», Barbijaputa enfatiza la visibilidad paradójica de este trabajo: es obvio, está omnipresente y simultáneamente es completamente invisible en las contabilidades de la economía política. Las mujeres son visibles solo como cuerpos ejecutando tareas, pero el trabajo que realizan permanece no contabilizado, no remunerado, no reconocido. La contraposición es radical: mientras las mujeres ejecutan un trabajo invisible sin horario ni salario, los hombres disfrutan de actividades de ocio: deporte, socialización en bares, tiempo libre con amigos. Y cuando Barbijaputa describe lo que los hombres hacen en la casa – «sacar la basura, colgar un cuadro, recoger a los niños de algún sitio» – señala algo crucial: estas son tareas elegidas y puntuales que se suman a una jornada laboral remunerada. La pregunta retórica – y claramente irónica – que cierra el párrafo da prueba de la lógica perversa: «¿cómo quieres que llegue el finde y no desfoguen con el deporte, las salidas, los amigos?». La respuesta implícita es que el «desahogo» masculino está

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

legitimado, normalizado, incluso recomendado, mientras que las mujeres no tienen derecho al descanso porque su trabajo, que nunca termina, en una óptica machista, no existe.

Esta estructura replica exactamente la injusticia de redistribución bajo el neoliberalismo: el tiempo no está equitativamente distribuido y la responsabilidad recae enteramente sobre las mujeres, quienes deben, al mismo tiempo, participar en el mercado laboral – si tienen ese privilegio – y mantener la reproducción social en su totalidad. Además, las mujeres son víctimas de lo que podría llamarse la "colonización mental" producida por esta estructura temporal, ya que cuando finalmente su cuerpo para, de noche, la mente no consigue descansar. En su lugar, se activa un bucle interminable de preocupaciones sobre el bienestar de los demás:

> Por si fuera poco, cuando estás en la cama, con las piernas que ya no te responden, tu mente parece aliarse con el sistema y activarse a pesar del agotamiento. Y te asaltan preguntas que no atendiste en la vorágine del día: ¿qué le dije al niño cuando me dijo que se aburre en inglés? ¿Se sentiría ignorada la niña cuando se quejó de que no se le da bien el psicopedagogo? ¿Estoy siendo una buena madre o una egoísta que solo piensa en lo cansada que está? (Barbijaputa, 2024b)

El trabajo mental no tiene horario ni límite; no es visible en el mercado, no es remunerado, no es reconocido como trabajo, pero es absolutamente exigido. Y más aún, genera una culpabilización psicológica perversa: si la mujer no lo realiza perfectamente – si no se preocupa constantemente, si no anticipa todas las necesidades –, es culpada de ser «egoísta» o de no ser «una buena madre». La fenomenología de esta "colonización mental" que Barbijaputa describe es particularmente relevante en el contexto actual de las *mummy bloggers* y las madres *influencers*, es decir mujeres que utilizan plataformas digitales para documentar, compartir y monetizar su experiencia de maternidad. A este propósito, Archer (2019) ofrece un análisis crítico de cómo el neoliberalismo ha transformado la maternidad en un objeto de valor comercial y – para citar sus palabras – de «playbour», es decir una combinación de juego y trabajo. Lo que Archer identifica como «playbour» constituye una extensión del trabajo mental que Barbijaputa describe: las madres blogueras no simplemente viven su maternidad, sino que la "performatizan", la documentan, la editan y la enseñan constantemente en las redes sociales. Detrás de este acto aparentemente voluntario se ocultan dinámicas complejas de precariedad laboral, vulnerabilidad emocional y colonización de la subjetividad por parte de la lógica mercantil.

Dent (2020) ha señalado, asimismo, cómo esta forma de cooptación se realiza de manera especialmente significativa en el ámbito de la maternidad y el trabajo creativo, donde las mujeres son reconocidas por su capacidad de adaptarse a las lógicas de flexibilidad y

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

autoexplotación. En este contexto, las madres que trabajan en industrias creativas – y, por extensión, las mujeres productoras de contenido en las redes sociales – son valoradas precisamente por su aptitud para compaginar las distintas esferas de su vida – personal, familiar y profesional. Sin embargo, este concepto socialmente aceptado encubre en realidad un proceso de intensificación ilimitada del trabajo remunerado y del no remunerado que recae de manera desproporcionada sobre ellas y que Barbijaputa conecta explícitamente con la perpetuación histórica del patriarcado y con los efectos de las lógicas neoliberales. Se trata, según la autora, de una esclavitud perpetrada durante siglos y de la que no es simple escapar, puesto que se ha transmitido a nivel intergeneracional y ha sido interiorizada por las mismas mujeres. El patriarcado y el neoliberalismo se entrelazan para apoderarse no solo del tiempo y del trabajo de las mujeres, sino también de su capacidad de estar mentalmente presentes en sus propias vidas. Además, Barbijaputa proyecta este análisis hacia el porvenir, revelando cómo la estructura presente niega la construcción de un futuro propio para las mujeres. La esperanza de descanso es constantemente frustrada: «Estamos deseando que llegue el fin de semana para descansar, o las vacaciones o el verano. Y cada finde y cada verano nos damos de bruces con la realidad» (Barbijaputa, 2024b). El sistema ha naturalizado esta frustración perpetua, ha hecho que las mujeres internalizasen que el descanso simplemente no es para ellas. Pero la conclusión del artículo radicaliza aún más esta observación: el «robo de tiempo» no es meramente una injusticia económica o una inconveniencia. Es, en palabras de Barbijaputa, un «robo de futuro»:

> El robo de nuestro tiempo por parte de los hombres no es nuevo, es tan antiguo como el patriarcado, el sistema que sustenta y perpetúa ese robo. El robo de nuestro tiempo es emocional y es económico. Al final, lo que nos están quitando es vida. Tiempo de vida para nosotras, para pensar en nosotras, para desarrollarnos, para disfrutar, para jugar, para elegir. El robo de nuestro tiempo es un robo de futuro. (Barbijaputa, 2024b)

Barbijaputa afirma que, sin la capacidad de decidir libremente sobre el propio tiempo, las mujeres quedan privadas de la posibilidad misma de una existencia autónoma. Esta conclusión dialoga de manera directa con la teoría de la justicia y con el concepto de redistribución formulado por Fraser (2006; 2009; 2015), así como con la lectura crítica que García-Granero Gascó (2018; 2020) ofrece de dichas teorías. Desde esta perspectiva, si el objetivo principal del principio de redistribución consiste en garantizar una distribución equitativa de los bienes – no solo de la renta y del empleo, sino también del tiempo libre –, resulta imprescindible una redistribución real de las cargas domésticas entre todos los miembros del núcleo familiar (García-Granero Gascó, 2018, p. 213). A través de su escritura testimonial,

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

Barbijaputa muestra que la ausencia de esta redistribución condena a millones de mujeres a una condición de privación temporal que les impide construir futuros propios.

Evidentemente, al verse obligada a vivir «dos jornadas: la del trabajo fuera y la del trabajo dentro» (Barbijaputa, 2024b), la mujer se convierte en víctima de una estrategia estructural del patriarcado y de su reconfiguración neoliberal. Si bien el neoliberalismo ha promovido la incorporación de las mujeres al mercado laboral y ha fomentado su participación en la economía, esta integración se ha realizado sin cuestionar ni redistribuir las responsabilidades del trabajo doméstico y de los cuidados. El resultado es, como denuncia Barbijaputa, la consolidación de una doble explotación femenina, que mantiene intacta la antigua subdivisión y jerarquización de los espacios público y privado, asignando este último casi exclusivamente a las mujeres. De este modo, el sistema perpetúa las formas de injusticia y desigualdad de género, que la autora resume con precisión lapidaria describiendo un robo aparentemente irreparable.

Sin embargo, lejos de limitarse a advertir a sus lectoras sobre los continuos intentos de manipulación de la información, la autora deja entrever una solución tangible. Como se ha anticipado antes, Barbijaputa hace hincapié en la existencia de una alternativa concreta que reside en una consciencia política colectiva y radical. La transformación no es posible a nivel individual, sino que necesita extenderse a la colectividad y fortalecerse a través de la escucha entre mujeres y de la narración compartida de experiencias. Además, su propuesta de solidaridad femenina tiene un propósito político claro: no se trata simplemente de ofrecer una validación emocional, sino de proponer una clave interpretativa clara que permita identificar el sistema como tal y demolerlo. No en vano, la autora subraya que «solo así, organizadas y con conciencia, hacemos daño al patriarcado» (Barbijaputa, 2024b). Solo mediante una organización colectiva, una educación política y una acción coordinada se podrá permitir, no simplemente a individuos aislados, sino a las mujeres como clase, recuperar el control sobre sus propias vidas, problematizando incluso la narrativa de autoafirmación y superación personal que, bajo la apariencia de progreso emancipador, oculta la continuidad de las estructuras de dominación y refuerza el imaginario neoliberal (García-Granero Gascó, 2018). La escritura de Barbijaputa nos muestra cómo la recuperación de tiempo, la redistribución equitativa de cargas de trabajo doméstico y mental y la posibilidad de construcción de un futuro donde las mujeres puedan desarrollarse libremente, no son reivindicaciones individuales, sino las demandas colectivas esenciales por una transformación urgente y radical.

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

3. Conclusiones: claves para la redefinición de una conciencia feminista colectiva

La obra de Barbijaputa permite comprender con nitidez una de las paradojas centrales del feminismo actual: en un ecosistema digital que presenta la visibilidad como sinónimo de libertad, las mujeres se ven empujadas a participar en dinámicas de autoexposición que, lejos de emanciparlas, reproducen la lógica que McRobbie (2008) y Banet-Weiser (2018a; 2018b) identifican como base de la economía neoliberal. La autora muestra que la promesa de autenticidad que circula en la red no constituye una ruptura con el orden patriarcal, sino su reconfiguración bajo formas más sutiles de control. Su escritura desmonta así el engaño del empoderamiento individual – convertido en valor de mercado, tal como advierte Rottenberg (2020) – y evidencia cómo esta narrativa despolitiza la experiencia feminista al desplazar la desigualdad estructural hacia el terreno de la responsabilidad personal y la productividad emocional.

Las reflexiones desarrolladas a lo largo de este estudio han intentado demostrar que la performatividad digital intensifica la producción de identidades definidas por las lógicas del mercado y no por la autonomía del sujeto (Lin, 2025). Este proceso, analizado también por Zafra (2019), implica que la identidad femenina se configure en función de parámetros de consumo, exposición y recompensa simbólica. En este punto de ruptura se sitúa la crítica de Barbijaputa: al negarse a ofrecer una imagen invariable o vendible de "lo femenino", la autora interrumpe la lógica de las plataformas y crea un poderoso espacio de indisciplina que resiste la mercantilización del yo. Su proyecto literario y político no consiste en proponer un nuevo modelo identitario, sino en impugnar los dispositivos mediáticos, económicos y semióticos que pretenden regularlo, en consonancia con la lectura performativa del género formulada por Butler (1990).

Asimismo, el análisis del trabajo doméstico invisible, de la desigual redistribución del tiempo y de la colonización mental de las mujeres revela que la cooptación neoliberal no opera solo en el plano simbólico, sino también en el material. El vaciamiento discursivo del feminismo tiene correlatos cotidianos: dobles jornadas, agotamiento estructural, culpa interiorizada y ausencia de un futuro. Como subraya Fraser (2005), la justicia feminista exige repensar simultáneamente redistribución, reconocimiento y representación; sin embargo, en el sistema actual las mujeres continúan sosteniendo la reproducción social en condiciones de

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

invisibilidad estructural que el discurso del éxito individual no hace sino legitimar (García-Granero Gascó, 2018). Barbijaputa, en su obra, actualiza esta reflexión mostrando cómo el patriarcado-capitalista captura, a la vez, el tiempo de las mujeres y su capacidad de estar presentes en sus propias vidas. Frente a esta doble trampa – la de la representación y la de la temporalidad –, la autora ofrece una ruta de escape eminentemente política: la conformación de una conciencia feminista colectiva que identifique el sistema como tal. Oponiéndose a las narrativas individualistas del empoderamiento, Barbijaputa insiste en la potencia transformadora de la escucha entre mujeres, de la narración compartida y de la acción coordinada, recuperando así el carácter radicalmente comunitario del feminismo. Su propuesta coincide con la necesidad de reactivar el conflicto, de problematizar los eslóganes supuestamente emancipadores y de resistir la apropiación neoliberal del discurso feminista.

En conclusión, la escritura de Barbijaputa demuestra que la emancipación no puede reducirse ni a la visibilidad digital ni al consumo de identidades prefabricadas. Solo una praxis feminista situada, consciente y colectivamente articulada puede recuperar el control sobre el tiempo y la representación, y abrir la posibilidad de construir futuros donde las mujeres puedan, por fin, vivir para sí mismas y no para las estructuras que históricamente han definido sus existencias. Su obra mantiene abierto el debate y vuelve a situar el feminismo en el espacio de la transformación estructural, lejos de cualquier forma de acomodación superficial al orden dominante.

https://doi.org/10.21747/978-989-9370-06-7/mul2a1

Referências bibliográficas

Andrews, M. (2006). Ethics, Gender and the Internet: An exploration of some Spanish feminists' praxis. *Journal of Spanish Cultural Studies, 7*(1), 37-49.

Archer, K. (2019). Social media influencers, post-feminism and neoliberalism: How mum bloggers' 'playbour' is reshaping public relations. *Public Relations Inquiry, 8*(2), 149-166.

Ariani, R., & Syafitri, L. (2025). *Digital Feminism and the Paradox of Visibility*. *Journal of Gender & Media Studies, 12*(1), 33–52.

Banet-Weiser, S. (2018a). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Duke University Press.

Banet-Weiser, S. (2018b). Postfeminism and Popular Feminism Available to Purchase. *Feminist Media Histories, 4*(2), 152–156. https://doi.org/10.1525/fmh.2018.4.2.152

Barbijaputa. (2016, 23 de mayo). ¿Para qué el feminismo existiendo el liberalismo? *elDiario.es*. https://www.eldiario.es

Barbijaputa. (2018a, 9 de marzo). Bendita etiqueta la del feminismo. *elDiario.es.* https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/huelga8m-barbijaputa_129_2231383.html

Barbijaputa. (2018b, 12 de marzo). Están perdidos, señores. En todos los sentidos. *elDiario.es* https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/ciudadanos-barbijaputa-partido-popular-8m_129_2225867.html

Barbijaputa. (2024a, 23 de septiembre). La 'cara Instagram'. *Público.es*. https://www.publico.es/opinion/columnas/cara-instagram.html

Barbijaputa. (2024b, 14 de octubre). El tiempo es oro, y se lo están quedando ellos. *Público.es*. https://www.publico.es/opinion/columnas/oro-quedando.html

Bennett, S. L. (2024). The Commodification of Feminism. A Critical Analysis of Neoliberal Feminist Discourse. *Studies in Social Science & Humanities, 3*(5), 47–57. https://www.paradigmpress.org/SSSH/article/view/1143

Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Routledge.

Dent, S. (2020). *Mothers, Makers, and the Neoliberal Capture of Care*. Routledge.

Fraser, N. (2005). Mapping the feminist imagination: from redistribution to recognition to representation. *Constellations, 12*(3), 295-307.

Fraser, N. (2006). La justicia social en la era de la política de la identidad: Redistribución, reconocimiento y participación. En N. Fraser, & Honneth, A. (Eds.), *¿Redistribución o reconocimiento? Un debate político-filosófico* (pp. 16-88). Morata.

Fraser, N. (2009). Feminism, Capitalism and the Cunning of History. *New Left Review*, *56*, 97-117.

Fraser, N. (2015). *Fortunas del feminismo. Del capitalismo gestionado por el Estado a la crisis neoliberal*. Traficantes de Sueños.

Gallagher, M. (1981). *Unequal opportunities. The case of women and the media*. Unesco.

Gallego Ayala, J. (1990). *Mujeres de Papel. De ¡Hola! A Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Icaria.

García Jiménez, A.; Núñez Puente, S. (2008). Apuntes sobre la identidad virtual de género. *Feminismo/s*, *11*, 41-58.

García-Granero Gascó, M. (2018). Injusticias de género en tiempos de neoliberalismo. El planteamiento de Nancy Fraser. *Asparkia. Investigació feminista, 33*, 207-223.

García-Granero Gascó, M. (2020). El problema de la despolitización del "género" para la teoría feminista. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política, Humanidades y Relaciones Internacionales, 22*(44), 203-228.

Hinojosa Mellado, M. P. (2004). "La mujer digital: revistas femeninas en la Red". En J. M. Aguado (Coord.), *e-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos* (pp. 175-196). Comunicación Social.

Kerich, C. (2019). Polygonal Modeling: The Aestheticization of Identity. En *Proceedings of DiGRA 2019 Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA. https://doi.org/10.26503/dl.v2019i1.1070

Larrondo Ureta, A. (2005). La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *11*, 375-392.

Lin, C. (2025). The Fetishized Identity Economy: Persona Capital, Staged Class, Platform Capitalism on Short-Video Platforms. *Social Media + Society, 11*(3). https://doi.org/10.1177/20563051251353752

Martínez García, L. (2020). *Ciberfeminismo: De las teorías de género al activismo digital*. Fundamentos.

McRobbie, A. (2008). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change (Culture, Representation and Identity series)*. Sage.

Navarro, C. (2022). The Use of Social Media by Spanish Feminist Organizations: Collectivity From Individualism. *Media and Communication, 10*(2). https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5109

Núñez Puente, S. (2008). Una exploración de la praxis feminista en España: Nuevas Tecnologías y nuevos espacios de relación desde el Ciberfeminismo. *Feminismo/s, 11,* 109-124.

Núñez Puente, S. (2022). El espacio digital en disputa: un nuevo paradigma de testimonio ético de la violencia frente a la apropiación y la misoginia. *Revista de Estudios de Juventud*, *125*, 49-56.

Pinello, A. (2025). Del papel a la pantalla: la mujer en la prensa de María Brisso y en el entorno virtual de Barbijaputa. En S. A. Anacona Becerra, E. Quintero Gallego, & J. F. Jaramillo (Eds.), *La imaginación en la era digital* (pp. 177-218). Universidad Pontificia Bolivariana.

Rottenberg, C. (2020). *The Rise of Neoliberal Feminism (Heretical Thought).* Oxford University Press.

Rubio Liniers, M. C. (2003). La imagen virtual de la mujer. De los estereotipos tradicionales al ciberfeminismo. *Feminismo/s*, *2*, 167-182.

Rutherford, A. (2018). Feminism, psychology, and the gendering of neoliberal subjectivity. From critique to disruption. *Theory & Psychology, 28*(5), 619-644. https://doi.org/10.1177/0959354318797194

Sampedro, V. (2004). Identidades mediáticas. La lógica del régimen de visibilidad contemporánea. *Sphera Pública*, *4*, 17-36.

Sanz, M. (2018). *Monstruas y centauras: Nuevos lenguajes del feminismo*. Anagrama.

Van der Merwe, D. (2025). Aura, Identity, and Celebrities in the Digital Age. *M/C Journal*, *28* (3). https://doi.org/10.5204/mcj.3153

Willem, C. (2021). Expressions of Feminism on Social Media in Spain. *Media and Communication, 9*(2).

Zafra, R. (2019). *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Anagrama.

Zambrano, M. (2014). A modo de autobiografía. *Anthropos. Revista de documentación científica de la cultura*, 70-71 (1987), 69-73. En J. Moreno Sanz (Dir.), *Escritos autobiográficos, Obras completas*, VI (pp. 715-727). Galaxia Gutenberg.