

MÓDULO 1

CULTURA, COMUNICACIÓN Y GÉNERO

LAS OTRAS VOCES



Con apoyo de:

MECENAZGO
Participación Cultural
Buenos Aires Ciudad

MÓDULO 1: OTRAS VOCES, OTROS DISCURSOS, OTRA CULTURA

¿Qué vamos a trabajar en este módulo?

En el Módulo 1 nos focalizaremos en conocer y comprender la trascendencia social de ejercer los derechos comunicacionales. ¿De qué hablamos cuando nos referimos a los derechos comunicacionales? ¿Por qué es importante la pluralidad de voces? ¿Cómo se vinculan la comunicación y la cultura? También nos referiremos a los estereotipos: qué son, cómo atraviesan nuestra vida cotidiana y cómo, muchas veces, aparecen en medios de comunicación y en las redes sociales (donde, tal vez sin percibirlo, los reforzamos con un like o un comentario). Finalmente nos introduciremos en el mundo de los podcast y pensaremos algunas claves para producir podcast con perspectiva de géneros.

¿De qué hablamos cuando hablamos de derecho a la comunicación?

Para comenzar a responder a esta pregunta necesitamos definir de qué hablamos cuando hablamos de comunicación: ¿Cómo entendemos este concepto? ¿Qué dimensiones implica? Desde **Las Otras Voces** consideramos que la Comunicación y la Cultura están profundamente vinculadas. En esta clave, entendemos a la comunicación desde una mirada integral vinculada con la condición esencial del ser humano que vive en comunidad, que se constituye como actor de manera relacional y que, mediante la producción colectiva de sentidos, va constituyendo y construyendo la cultura (Uranga, 2016). ¿Qué implica esto? Implica que en el intercambio comunicativo se construye conocimiento y se disputan los sentidos de lo que consideramos "realidad".

Cuando hablamos de derecho a la comunicación nos referimos a un derecho humano fundamental. Cuando lo ejercemos podemos disputar sentidos e imaginar y crear otras realidades posibles. Resulta fundamental garantizar la pluralidad de voces y contar con espacios para difundir y expresar nuestras ideas y proyectos. También es clave practicar la escucha para poder intercambiar y construir colectivamente.

Desde esta perspectiva, ejercer el derecho a la comunicación implica tender puentes con otros derechos. En palabras de Washington Uranga, "el derecho a la comunicación es un derecho habilitante de otros derechos, es decir, un derecho que abre las puertas a otros. Esto implica situar al sujeto en el centro de la escena, como artífice de las relaciones sociales que se van tejiendo en su vida cotidiana. ¿Por qué el sujeto se sitúa en el centro de la escena? ¿Qué significa que el derecho a la comunicación abre la puerta a otros derechos? Los derechos a la comunicación, no sólo nos permiten acceder a otros derechos,

¹ Washington Uranga es periodista, docente e investigador de la comunicación. Su campo de especialización son los temas de comunicación vinculados con la ciudadanía, la participación, las políticas públicas y la planificación de procesos comunicacionales.

sino también, a garantizar la promoción, protección y defensa de derechos. Esto es fundamental para que ciudadanos de todas las edades puedan conocer y reclamar ante quienes corresponda para que sean respetados. En este sentido, como comunicadores y comunicadoras tenemos la responsabilidad de ser facilitadores del diálogo en la sociedad desde esta perspectiva de derechos.

Teniendo en cuenta que en el intercambio comunicativo se construyen y reafirman distintos discursos sobre lo que entendemos como realidad podríamos preguntarnos: ¿qué miradas de la realidad suelen imperar en los medios de comunicación y redes sociales que consumimos? ¿De qué temas se suele hablar y de cuáles no? ¿Por qué? ¿Qué sujetos son protagonistas y cuáles son invisibilizados? ¿Cómo aparecen representadas las mujeres y disidencias y cómo los varones? Y si tuviéramos la posibilidad de construir un proyecto de comunicación comunitaria: ¿Sobre qué temas trabajaríamos? ¿Desde qué mirada los abordaríamos? ¿Qué voces habitarían nuestras producciones? ¿Qué lógicas organizativas tendríamos? ¿Qué sentidos nos gustaría disputar? ¿Qué realidades nos gustaría construir? ¿Qué quisiéramos transformar?

Poder ejercer nuestro derecho a la comunicación es fundamental para una sociedad más igualitaria y participativa. La pluralidad de voces es clave para poder conocer distintos puntos de vista, formar nuestra opinión y transformar aquello con lo que no estamos de acuerdo. **Otras voces** construyen **otros discursos, otra cultura**.

Para seguir adentrándonos en este tema, les compartimos el video [Los retos en la defensa del derecho a comunicarnos, por Washington Uranga](#) (Periodico Digital SuRegión) en el que se presenta la idea del derecho a la comunicación como derecho habilitante:



Washington Uranga (22 de Abril 2018). *Los retos en la defensa del derecho a comunicarnos*. Suregión. <https://www.youtube.com/watch?v=z2NxWTIGrZk>

“Entender la comunicación como derecho humano fundamental es reconocer al sujeto como protagonista excluyente de los procesos comunicacionales.”

- Washington Uranga, 2011

“Es este sujeto quien demanda el ejercicio del derecho a la comunicación entendido al mismo tiempo como derecho habilitante de otros derechos.”

VOCES

“El paradigma de los derechos humanos está estrechamente ligado al enfoque de derechos, una perspectiva teórica que entiende que las ciudadanía están protegidas por los marcos nacionales, regionales e internacionales de derechos humanos que aseguran la igualdad –en todas las dimensiones- y que existen sujetos titulares de esos derechos a la vez que instituciones y actores que tienen deberes y obligaciones en torno al cumplimiento de los mismos”

- Sarah Babiker, 2016

Para seguir indagando sobre los cruces entre la comunicación, la educación, los derechos humanos y los medios digitales, te recomendamos [este episodio del ciclo de entrevistas Educar con Sentido](#) en el que Silvia Bacher habla sobre el tema y se refiere a la comunicación como derecho habilitante.



Faro Digital (5 de julio 2021). Comunicación, educación y derechos humanos. Silvia Bacher en #educarconsentido. https://youtu.be/lD9ZLw_uyiQ

Oh... estoy viendo estereotipos de géneros

En el apartado anterior hicimos referencia a qué implica ejercer nuestro derecho a la comunicación y reflexionamos sobre la posibilidad de construir discursos que contribuyan a una sociedad más participativa e igualitaria. En relación a este tema, nos preguntamos sobre quiénes suelen aparecer como sujetos protagonistas en los medios y redes sociales y quiénes suelen ser invisibilizados. También nos preguntamos sobre cómo aparecen representados ciertos grupos. Esto nos lleva a nuestro segundo tema que son los estereotipos de género. Ahora bien, ¿qué entendemos por estereotipos? ¿Cómo funcionan? ¿Son efectivos? ¿Por qué?

Cora Gamarnik² (2009) define a los estereotipos como una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple. Además señala que se trata de un proceso reduccionista que suele distorsionar lo que representa, porque depende de un proceso de selección, categorización y generalización, donde por definición se debe hacer énfasis en algunos atributos en detrimento de otros. Es decir, cuando se apela a estereotipos, se suelen realizar simplificaciones y generalizaciones basadas en una serie de prejuicios sobre el grupo a analizar. Los estereotipos influyen en las lecturas que hacemos de aquello que nos rodea: establecen marcos de referencia y orientan nuestras percepciones.

¿Por qué son efectivos? Los estereotipos tienen éxito cuando se incorporan al sentido común como naturales y obvios, ocultando los juicios de valor que emiten. Apenas se reconoce su uso y mucho menos se cuestionan los juicios emitidos. Por otro lado, la credibilidad y el uso colectivo ayudan a reforzar su persistencia (Gamarnik, 2009).

Los estereotipos atraviesan muchos planos de nuestra vida y aparecen en distintos ámbitos como, por ejemplo, las profesiones y los oficios. ¿Alguna vez escucharon hablar de los artistas como personas relajadas y desestructuradas o de los abogados como personas deshonestas? Se trata de estereotipos, es decir, de representaciones que están naturalizadas y se presentan como verdaderas cuando en realidad son generalizaciones basadas en prejuicios.

Ahora bien, ¿De qué hablamos cuando hablamos de estereotipos de géneros? Para comenzar a adentrarnos en el tema les compartimos [un video](#) de [Caja de herramientas](#) en el que se aborda el concepto de estereotipo y se hace un repaso por los estereotipos más comunes asociados a las mujeres:

² Cora Gamarnik es Doctora en Ciencias Sociales. (UBA) . Profesora titular de la materia Didáctica de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

MIRA EL VIDEO



UNITV (1 de Noviembre 2018). *Caja de Herramientas, Capítulo 18: Los prejuicios y estereotipos que sufrimos las mujeres.* . https://youtu.be/lD9ZLw_uyiQ

Cuando hablamos de estereotipos de género nos referimos a construcciones sociales que están naturalizadas y que responden a simplificaciones y generalizaciones vinculadas a características, roles y actitudes que se asocian a los varones y a las mujeres y disidencias. Se trata de prejuicios que se estructuran sobre la base de la diferencia sexual. ¿Escucharon alguna vez que las mujeres son débiles y sensibles y los hombres fuertes y valientes? ¿o que las mujeres tenemos un "instinto maternal"? Se trata de representaciones que se presentan como naturales y en realidad son construcciones sociales, históricas y culturales.

"Es la cultura en que nacemos, y no la naturaleza, la que hace de las diferencias genitales LA DIFERENCIA (que llamamos diferencia sexual) que nos clasifica y divide entre machos (quienes nacen con pene) y hembras (quienes nacen con vagina). Esta clasificación entre machos y hembras, entonces, no es un mero hecho biológico, sino una interpretación cultural que hace que toda la variedad de cuerpos sea reducida a dos únicos sexos" como señalan Chiodi, Fabbri y Sánchez (2019) Esa interpretación cultural es lo que llamamos "género": un dispositivo de poder, un guión, que socializa a los cuerpos con pene en la masculinidad, para que se conviertan en varones, y a los cuerpos con vagina en la feminidad, para que se conviertan en mujeres."

Estos estereotipos atraviesan muchos aspectos de nuestras vidas y los incorporamos desde la infancia. Se reproducen en distintos ámbitos como la escuela, los clubes, las familias y en diversas producciones culturales que consumimos como cuentos, películas, publicidades, series, medios de comunicación y redes sociales.



Fuente: Google Imágenes

CLAVES

Recurrir al humor puede ser una estrategia para visibilizar estereotipos y construir otro discurso

MICROMACHISMO

Les compartimos [esta página de la Universidad República del Uruguay](#), que reflexiona sobre los micromachismos y comparte testimonios vinculados a este tema en el ámbito laboral - ¿Qué profesiones suelen asociarse a los varones, cuáles a las mujeres o a las disidencias? ¿Sobre qué estereotipos se basan? ¿Recuerdan alguna publicidad que los reproduzca?

CHIS

MOS

También compartimos ["Los ayudadores"](#) una campaña que cuestiona algunos roles de género y micromachismos vinculados a las tareas del hogar y de cuidado : ¿Te resultan familiares algunas de las escenas? ¿Cómo podemos trabajar para cambiarlas? ¿Qué rol puede tener la comunicación en ese proceso de cambio?

En ocasiones, los estereotipos de géneros suelen reproducir micromachismos. Se trata de prácticas tan naturalizadas que cuesta reconocerlas pero que "constituyen imperceptibles maniobras y estrategias de ejercicio del poder de dominio masculino en lo cotidiano, que atentan en diversos grados contra la autonomía femenina" (Bonino, 2004).

Por eso, retomando lo que mencionamos en relación al derecho a la comunicación, es importante trabajar en la construcción de una mirada crítica y analítica sobre estos mensajes y también contribuir a la visibilización de otros discursos que discutan con estas miradas y las desnaturalicen.

El mundo podcastero

En los últimos tiempos escuchamos mucho hablar sobre podcast. Es un formato que ha crecido y tiene variedad de producciones. Encontramos podcast sobre temáticas diversas y de distintos formatos. Incluso, los programas que escuchamos en radio también tienen sus propios podcast. Ahora bien, ¿Cómo definiríamos qué es un podcast? Tomas Pérez Vizzón, director de [Anfibia Podcast](#), nos cuenta sobre qué caracteriza a este tipo de producciones:



AUDIO Tomas Pérez Vizzón

Gentileza programa Rayuela, 88.9 "Radio Con Vos".

Entonces, cuando hablamos de **podcast** nos referimos a archivos de audio digitales que se consumen a demanda, cuyos contenidos se caracterizan por tener cierta atemporalidad y por cruzar los formatos radiales con lo digital. Suelen organizarse por capítulos o episodios, tienen temáticas variadas y su duración es bastante diversa: podemos encontrar algunos de quince minutos así como otros de dos horas. Hay algunos podcast que fueron pensados y producidos para ser distribuidos en plataformas digitales, por fuera del circuito radiofónico tradicional mientras que otros redistribuyen contenidos originalmente producidos para radio. En relación a los formatos, hay de distinto tipo: narrativo-documental, conversacionales, entrevista, magazine, audioficción, actualidad. Según el reporte de la [Encuesta Pod 2021](#), los podcast de charla o mesa redonda, donde varias personas conversan acerca de un tema, son los más escuchados seguidos por los narrativos y de entrevistas.

Pero ¿cuál es el origen de los podcast? ¿Siempre tuvieron estas características? El término surge en la década del 2000 cuando la empresa Apple desarrolló la posibilidad de subir contenidos radiofónicos a plataformas digitales para ser descargados. Entonces "pod-cast" es la conjunción de dos palabras "broadcast" (transmisión de televisión o radio) y "pod" vinculado al reproductor portátil I-pod de la empresa Apple. El término podcast aparece en

el 2004, es acuñado por Ben Hammersley en The Guardian para describir la posibilidad de escuchar la radio en los reproductores portátiles. Según señala Francisco Godínez Galay (2015) esta fue la primera acepción del término. Luego pasó a llamarse podcast a cualquier contenido radiofónico enlatado publicado en internet para ser descargado ya sin suscripción. Como comentamos anteriormente, en estos días la descarga fue mayormente reemplazada por el consumo a través de plataformas de streaming.

Si bien en América Latina hay una menor inversión en la producción de estos formatos en relación con Estados Unidos y Europa, en Argentina existe una gran comunidad podcastera que produce podcast de manera independiente y que se organiza para intercambiar experiencias y difundir contenidos sobre la temática. Un ejemplo de esto es Podcasterxs, quienes además realizan una encuesta colaborativa cuyo objetivo es recolectar datos sobre consumo de podcast de audiencias hispano hablantes. Aquí les compartimos el reporte del 2021 de este estudio que se realiza desde el 2017.

¿Cuáles son los momentos del día preferidos para escuchar podcast? ¿En qué espacios los escuchamos? ¿Cuáles son las temáticas más buscadas por los/as argentinos/as? Estos datos y otros más podemos encontrarlos en Informe **“Encuesta Consumo de Podcast en Argentina 2020”**, producida por la comunidad de realizadores de podcast Drop the Mic.



Construir otra mirada: Producir podcast con perspectiva de géneros

Hasta aquí reflexionamos sobre los estereotipos de géneros y particularmente sobre cómo estos se reproducen en distintos ámbitos de nuestra vida cotidiana como las redes sociales y los medios de comunicación.

Si pensamos cómo se organiza y estructura la producción de algunos contenidos que consumimos a diario en diversos medios de comunicación podríamos sumar algunas preguntas vinculadas a cómo se organizan los equipos de trabajo, cuáles son los roles asignados y las voces legitimadas: ¿Qué secciones suelen ocupar las mujeres y cuáles los varones? ¿Qué temas abordan y cuáles no? ¿Quiénes ocupan los puestos de dirección? ¿Qué voces están legitimadas y cuáles invisibilizadas?

Muchas veces encontramos a mujeres a cargo de secciones más "livianas" como "espectáculos y entretenimiento" y a varones encargados de temas "serios" como economía y política. En la actualidad estas situaciones se están revisando y comienzan a modificarse pero aún hay mucho por trabajar. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el sector de las "artes, entretenimiento y recreación, y otros servicios" tiene la tercera mayor representación de mujeres, un 57,2 %, detrás de los sectores de educación y sanidad y trabajo social. Sin embargo, tal como señala Bridget Conner (2021) la segregación vertical por género en profesiones creativas es la norma:

“Las mujeres todavía no participan de manera igualitaria en la dirección y la toma de decisiones dentro del contexto de las comunicaciones y los medios de difusión, ni en la presentación de noticias sobre temas de importancia, y pierden protagonismo en cuanto a sujetos de noticias y cobertura mediática en general. Por lo tanto, siguen siendo objeto de representaciones falsas y de una marcada invisibilización de sus aportes y participación en la sociedad.”

El informe [Faltamos en la radio 2020](#) analiza la participación de las mujeres cis y trans y la distribución de roles según género, en los programas de radio más escuchados de la primera mañana en la Ciudad de Buenos Aires. Los resultados indican que el 78% de las personas que conducen programas de radio en la primera mañana son varones. El 100 % de las personas a cargo de la sección de deportes y de la operación técnica son varones mientras que en locución el 90% son mujeres.

Si nos situamos en el rol de productores y productoras de piezas comunicacionales con perspectiva de género surgen algunas preguntas: ¿por qué es importante trabajar en la producción de podcast con perspectiva de género? ¿Qué implicaría producir podcast desde esta perspectiva? ¿Qué aspectos deberíamos tener en cuenta? ¿Cómo podríamos organizarnos como equipo? Si decidimos trabajar en la producción de podcast con esta perspectiva es importante que conversemos y busquemos respuestas colectivas a estas preguntas. Para ir construyendo algunas de estas respuestas y también para abrir preguntas para nuestras producciones, compartimos un audio de [Julieta Greco](#) en el programa radial [Rayuela](#) que reflexiona sobre el tema teniendo en cuenta la experiencia de ["El deseo de Pandora"](#). También compartimos los audios de [Josefina Avale](#)³ y [Mariana Vaccaro](#)⁴ que nos brindan algunas ideas y orientaciones para producir podcast con perspectiva de género.

Trabajar la **comunicación desde una perspectiva de derechos** es fundamental para **generar pluralidad de voces, desnaturalizar estereotipos** y contribuir a una **mayor igualdad**. Tal como escuchamos en los audios, **producir podcast con este enfoque** implica **revisar los roles** y tareas que asumimos en la producción y realización, analizar **qué temáticas** tomamos y **desde qué mirada**, reflexionar sobre qué **voces** están **presentes** y **cuáles no**, problematizar los mensajes que reproducen estereotipos de géneros y son discriminatorios. Es decir, implica **reflexionar sobre todo el proceso de producción de los podcast**.

En definitiva, construir una sociedad más igualitaria es posible y desde el rol de comunicadoras/es tenemos mucho para aportar. Ampliemos nuestra mirada, cuestionemos lo instituido, abogemos por la pluralidad de voces. No olvidemos que otras voces construyen otros discursos, otra cultura. Sigamos adelante, en los próximos módulos encontrarán muchas herramientas para aplicar en sus producciones con perspectiva de géneros en sus comunidades.

³ Josefina Avale es Licenciada y Profesora en Ciencias de la Comunicación (UBA). Periodista, radialista y co-fundadora de @furorpodcast y @boquetepodcast. Docente por la democratización de las TICs.

⁴ Mariana Vaccaro Periodista. Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA) Postgrado en Comunicación, Géneros y Sexualidades. Fundadora de [Mujeres Urbanas](#), Productora y guionista de podcast..

“El compromiso en pro de la igualdad de género es un elemento fundamental para la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. El género es una de las categorías más importantes de la construcción de la identidad (...) Las diversas expresiones culturales que promueven la igualdad de género pueden transformar nuestra percepción individual y colectiva, acabar con estereotipos dañinos bien arraigados y potenciar las voces y las historias de los invisibles y/o de los por tanto tiempo silenciados.”

- Conor, 2021

“El Plan de Acción de la UNESCO para la prioridad “Igualdad de Género” (2014-2021) se refiere a la igualdad de género como la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades para mujeres y hombres y para niñas y niños. Supone que se tengan en cuenta los intereses, necesidades y prioridades de mujeres y hombres, reconociendo la diversidad de los distintos grupos de personas (...) la igualdad no significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron”

- Conor, 2021

“Un enfoque de derechos humanos en la comunicación es un paso fundamental para parar la reproducción del patriarcado a través de los medios, para fomentar una nueva visión de la sociedad y para lograr la igualdad entre todas las personas”

- Babiker y Chahe, 2016



Recursos

Aquí les compartimos algunos recursos que pueden ser de interés para seguir reflexionando sobre estos temas y para trabajar en la producción de podcast.



Guías y apuntes sobre comunicación con perspectiva de géneros y lenguaje inclusivo:

- **(Re) Nombrar. Guía para una comunicación con perspectiva de género** - Ministerio de mujeres, géneros y diversidad - Presidencia de la Nación
- **Apuntes sobre lenguaje no sexista e inclusivo / Santiago Kalinowski ... [et al.]. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora.**
- **Guía para el uso no sexista del lenguaje en la Universitat Autònoma de Barcelona**
- **Tratamiento de la violencia de género en la radio y la televisión** - Defensoría del público
- **Recomendaciones para el tratamiento responsable de la violencia contra las mujeres en los medios audiovisuales** - Defensoría del público
- **Libertad de expresión, caja de herramientas: guía para estudiantes**

Derecho a la comunicación e Infancias y adolescencias

- **Comunicación, Infancia y Adolescencia. Guía para periodistas** - Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
- **CRITERIOS DE CALIDAD para una mejor comunicación audiovisual destinada a las infancias y adolescencias**
- **Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia**, Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, UNICEF y AFSCA, Buenos Aires, 2013.

Recursos audiovisuales:

- **Discurso de María Teresa Adruetto, Congreso de la Lengua Española, Córdoba, 2019**
- **Seguimos educando. Lenguaje inclusivo. Charla con Darío Sztajnszrajber. 2020.**

Notas periodísticas:

- La lengua degenerada", por Sol Minoldo y Juan Cruz Balian. En: **El gato y la caja. 04-06-18**
- ¿Lenguaje inclusivo o lenguaje incisivo?, por Emmanuel Theumer. **Suplemento Soy, Página/12, 10 de agosto de 2018.**
- **Transformar las desigualdades de género en la radio haciendo podcast**
- **Guía básica para que tu podcast tenga perspectiva de género**

Podcasts y programas radiales

- **Todes Podcast. Un podcast para liberar la lengua.**
- **Bocanada: podcast feminista**
- **Rayuela:** ¿Qué son los podcast? Tomás Pérez Vizzón, director de Anfibia Podcast, y Agustín Espada, doctor en Ciencias Sociales lo analizan en Rayuela
- **Rayuela:** Mariana Vaccaro, periodista y comunicadora, gerente de proyecto y editora en Podcaster@s y Julieta Greco, antropóloga, autora, coordinadora académica en Revista Anfibia y conductora del podcast "El deseo de Pandora" ahondan en los nuevos formatos digitales, sus características, los nichos que aborda, los modos de construcción, la perspectiva de género, el boom en tiempo de pandemia, el aprendizaje y la necesidad de escucha y mucho más

Bibliografía

Babiker, Sarah. Comunicación, género y derechos humanos / Sarah Babiker; Sandra Chaher ; Ana Belén Spinetta ; compilado por Sandra Chaher. - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Comunicación para la Igualdad Ediciones, 2016.

Bonino, L. (2004). Los micromachismos. La Cibeles, 2, 1-6. Recuperado a partir de: <https://www.mpdl.org/sites/default/files/micromachismos.pdf>

Chiodi, Fabbri, Sánchez (2019). Varones y masculinidad(es). Herramientas pedagógicas para facilitar talleres con adolescentes y jóvenes. Iniciativa spotlight

Conor, B. (2021). Género y Creatividad, progresos al borde del precipicio. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Gamarnik, C. E. (2009). ESTEREOTIPOS SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UN CÍRCULO VICIOSO. Question/Cuestión, 1(23). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/826>

Godínez Galay, F. (2015). Movimiento podcaster: la nueva concreción de la radio libre. Question/Cuestión, 1(46), 135-150. Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2462>

Vaccaro, Mariana. Guía básica para que tu podcast tenga perspectiva de género. Recuperado en: <https://podcasteros.com/guia-podcast-perspectiva-genero/>

[Uranga, Washington. \(2016\) Conocer, transformar, comunicar. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Patria Grande](#)

Uranga Washington, Comunicación popular y derecho a la comunicación: otros escenarios, nuevos desafíos (2011). Recuperado en: http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=21:propios-6&catid=8:textos-propios&Itemid=107

Este material forma parte del **Proyecto Cultura, Comunicación y Género** diseñado, producido e implementado por:

LAS OTRAS VOCES
Comunicación para la democracia.

Con apoyo de:



Contacto:

www.lasotrasvoces.org.ar

@lasotrasvoces

f /lasotrasvoces.org.ar

CULTURA, COMUNICACIÓN Y GÉNERO

Este material forma parte del **Proyecto Cultura, Comunicación y Género** diseñado, producido e implementado por:

LAS OTRAS VOCES
Comunicación para la democracia.

Con apoyo de:



Contacto:

www.lasotrasvoces.org.ar

Equipo de producción de materiales:


Dirección: Silvia Bacher

Textos: Romina Parrado

Diseño Gráfico: Lara Olarieta

Diseño Web: Luciano Straccia

 @lasotrasvoces

 /lasotrasvoces.org.ar