



## Comodoro Comunitario: La web 2.0 aplicada a las Organizaciones de la Sociedad Civil comodorenses

**Autores:** Carrizo, Natalia y Oyarzún, Juan Manuel.

**E-mail:** [nataliacarrizo83@gmail.com](mailto:nataliacarrizo83@gmail.com); [jmaoyarzun20@gmail.com](mailto:jmaoyarzun20@gmail.com)

**Institución:** Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco

**Panel:** “Experiencias de uso de tecnologías digitales para la promoción comunitaria”

Citar este documento de la siguiente manera:

Carrizo, Natalia y Oyarzún, Juan Manuel “Comodoro Comunitario: La web 2.0 aplicada a las Organizaciones de la Sociedad Civil comodorenses”, en Bianchi, Marta Pilar y Sandoval, Luis Ricardo (eds.), *Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*, 1a ed., Comodoro Rivadavia, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, 2011. ISBN 978-950-763-111-5.



Este trabajo es distribuido bajo licencia [Creative Commons Atribución 2.5 Argentina](https://creativecommons.org/licenses/by/2.5/argentina/).



## ***Introducción***

En esta ponencia abordaremos el proceso de realización y los resultados de nuestra Práctica Profesional, denominada “La Web 2.0 como Herramienta Comunicacional en las Organizaciones Comunitarias de Comodoro Rivadavia”. En ella nos propusimos principalmente que las instituciones elegidas de nuestra ciudad se apropiaran de las tecnologías de participación (ó web 2.0) en su respectiva comunicación institucional.

El trabajo estuvo articulado con la Municipalidad de Comodoro Rivadavia, más precisamente con la Agencia Comodoro Conocimiento, debido a que dicha institución implementa políticas públicas que hacen al uso de las TICs en la comunidad.

Para la realización de la propuesta tuvimos como antecedente la larga tradición en comunicación popular en América Latina, y pretendimos reivindicar algunos de sus principales aportes. La comunicación popular, también llamada “alternativa”, se opone por definición al modelo tradicional de comunicación ofrecido por los medios masivos de comunicación. Es la “otra” comunicación, la comunitaria, la educativa, reflexiva y comprometida con las masas. Además, tiene que estar al servicio y función de los otros y no a los intereses comerciales.

Recuperamos el concepto de comunicación popular, debido a que con ella se da una interacción social que se opone al dialogo vertical, autoritario; y está comprometida con proyectos de transformaciones sociales. Teniendo en cuenta las premisas de la comunicación popular, elegimos organizaciones de base comunitaria, y armamos un taller, en el cual pretendimos que la comunicación sea horizontal, que genere cambios dentro de las estructuras institucionales, y en sus entornos sociales, y que los participantes se transformen en productores de contenido.

El taller es una actividad de formación que los comunicadores populares llevan a cabo, y en la que deben vincular algún tipo de actividad social, en la que brinden nuevas habilidades a los participantes, de modo tal que les ayuden a mejorar su trabajo<sup>1</sup>.

En este trabajo participaron cinco Organizaciones de la Sociedad Civil de Comodoro: la Coopertativa de Maricultores “Frutos del Mar”, la Asociación de Rescate Histórico de Km. 5 “Detrás del Puente”, la Asociación Civil “Caminemos Juntos”, la

<sup>1</sup> Delgado Martínez- Pinillo y Ruiz Blanco, disponible en [http://www.robertexto.com/archivo14/comu\\_popu.htm](http://www.robertexto.com/archivo14/comu_popu.htm)



Asociación de Jubilados, Retirados y Pensionados del Chubut A.Ju. R. Pe. y la Asociación de Prevención y Asistencia en Cáncer Comodoro Rivadavia y Rada Tilly.

El proyecto se dividió en dos partes, la primera consistió en el desarrollo de sitios institucionales para cada organización, y en la segunda se realizó una capacitación para la administración.

En la primera parte, las etapas que tuvo el proceso de la práctica fueron varias, se comenzó con la Selección de las organizaciones participantes; de un universo de treinta organizaciones se seleccionaron cinco en base a una serie de criterios que evaluaban sus competencias informáticas, su visibilidad en los medios, el interés de la comunidad, entre otras.

La segunda etapa fue la de Diagnóstico en donde se analizaron las necesidades particulares de cada organización en base a un protocolo. La tercera etapa determinó qué tipo de sitios y estructuras debería tener cada página en función a los datos analizados en la etapa anterior y a su vez se determinaron cuales serían las herramientas que se trabajarían en la capacitación. La última etapa fue la de Ejecución, en la que se pusieron en funcionamiento los sitios de las organizaciones participantes.

### ***Pasos previos a la puesta en funcionamiento de los sitios***

Para comenzar con el desarrollo de los sitios se le solicitó a las organizaciones, los datos necesarios para registrarlas en NIC.ar<sup>2</sup> (Network Information Center Argentina), y luego, el material institucional multimedial que quisieran subir a la web. Esto último tenía como objetivo distinguir los soportes en los que producían para definir las herramientas y la utilidad que le podrían dar.

Posteriormente, se analizó el diagnóstico de las organizaciones, y junto con el material brindado, se escribió una breve reseña que fue socializada respectivamente, lo cual era un primer acercamiento a pensar el contenido de los sitios.

Luego se les propuso a las OSC pensar en el uso de sus sitios, y en el tipo de información que podrían producir. Por ejemplo, a la Cooperativa se le ocurrió mostrar recetas y dar consejos sobre la selección de mariscos; Prevención y Asistencia en

<sup>2</sup> Organismo dependiente de Cancillería Nacional en el que deben registrar todas las páginas terminadas en “.ar”.



Cáncer pensó en la realización de entrevistas a personas que se recuperaron de la enfermedad y quisieran dar testimonio; Caminemos Juntos propuso subir unos artículos que elaboran para un diario local; Detrás del Puente sugirió subir fotos históricas del barrio Km. 5; y A.Ju.R.Pe. sugirió recuperar los testimonios de los miembros fundadores.

### ***Descripción de Sitios Web***

En primera instancia la selección de las plantillas de WordPress y la posterior personalización se realizó utilizando los resultados del diagnóstico recabados de cada organización.

### ***Frutos del Mar***

Con la Cooperativa de Maricultores se optó por trabajar lo visual, puesto que contaban con mucho material en video e imágenes. Por una sugerencia de ellos se preponderó el lugar de las ferias, platos y capacitaciones que realizan.

En la mayoría de las ocasiones alguno de los miembros de la cooperativa documenta la actividad con fotos o videos, y otro se encarga de dar entrevistas a los medios. Esta fue una característica que se quiso aprovechar en el sitio. El vasto material fotográfico que tenían y sus experiencias de trabajo podían ser relatadas en primera persona. También realizan constantes cursos de cocina, lo cual es otro tema de interés a desarrollar, e ilustrar de manera atractiva. Se pensó en producir información de “bien público” para la página, como consejos para reconocer el pescado fresco, y la característica de los ejemplares.

Los documentos fotográficos de la organización fueron la base a la hora de crear perfiles en otros sitios, como YouTube, Photopeach, Flickr y Picasa. Se consideró el tema de la conexión y se les pidió que acercaran el material a las clases. Además, en la cooperativa eran varios los integrantes que podían publicar por lo que sugerimos crear varios usuarios.

El sitio de la Cooperativa tiene una plantilla estilo blog, con una sección superior



que rota las últimas entradas y muestra la fotografía utilizada para ese post (Slidebar). Arriba están las páginas, que de izquierda a derecha son “Quiénes somos”, “Autoridades”, “Sobre la Cooperativa”, “Caleta Córdova” y “Contacto”.

En la parte de abajo se ubican las noticias, que se muestran en un orden cronológico inverso, siendo las últimas las que aparecen primero. En la parte derecha de la pantalla, junto a las entradas, se encuentran los widgets. En la selección de estos se optó por algunos pocos para evitar que ralentizara el sitio. Los widgets que hay son: Notas anteriores, que sirve para ver los post más viejos, Flickr que muestra las últimas fotografías publicadas allí; Etiquetas, los temas de los que hablan las publicaciones; Sitios Amigos, un listado de vínculos con las páginas de las otras organizaciones, Meta que es un atajo para iniciar sesión y una serie de imágenes de un álbum en Picasa que van rotando a medida que la página se recarga.

### ***A.Ju.R.Pe.***

El centro de jubilados de empleados provinciales representó un desafío, puesto que no tenían mucho contacto con herramientas informáticas, ni con Internet. La persona responsable de mantener la página fue designada por los dirigentes de la organización, quienes eligieron a la empleada administrativa de la sede y a la tesorera. A su vez indicaron que tienen como principal público objetivo a sus afiliados. Por esto mismo se utilizó la página como una galería de los servicios que la organización ofrece, además de información útil para los jubilados, como autoridades, horarios de atención y teléfonos útiles.

El sitio debió tener una maqueta sencilla y fácil de entender. Se pidió que no estuviera escrita en inglés, lo cual representó otro problema debido a que la mayoría de la plantillas de WordPress están en ese idioma. Lo que se hizo fue traducir algunos comandos desde la interfaz de CSS (Cascading Style Sheets).

A.Ju.R.Pe. es una de las más burocráticas en cuanto a la administración organizativa, esto se consideró al momento de armar secciones referentes a la Comisión Directiva, los convenios y la información para los afiliados. El mantener informados a los socios era una de las preocupaciones.



Respecto a los elementos multimedia se tuvo en cuenta que el sitio indexara los distintos perfiles de la organización, por ejemplo el de Facebook, como así en los distintos servicios de hosteo de fotos, videos y presentaciones.

La tipografía era una de las opciones que no se podía modificar, sin embargo buscamos una plantilla que mejorara el contraste con las letras, y un *plugin* que aumentara su tamaño, teniendo en cuenta que la mayoría de los adultos mayores sufre de problemas con la vista. El *plugin* representó un obstáculo cuando modificaba demasiado la maqueta de la página, desordenándola. Es por esto que lo retiramos.

Finalmente el sitio quedó distribuido de la siguiente manera. En la parte superior izquierda se encuentran las páginas. En ellas se presentó a la organización y sus objetivos, se creó un formulario de contacto. En una sección especial se informó sobre las autoridades y los talleres para afiliados.

Abajo de las páginas está el nombre de la asociación con un fondo que cambia cada vez que se recarga el sitio. La plantilla tiene tres columnas: en la de la izquierda y la derecha hay algunos *widjets* y en la del medio se concentran las publicaciones.

Los posts se ordenan desde el más reciente primero al más antiguo después. Los *widjets* seleccionados para esta página fueron un álbum de fotos de Flickr, un pequeño texto que anuncia horarios y días de los talleres, los demás sitios de las organizaciones, los comentarios de los visitantes y una opción para iniciar sesión.

### ***Prevención y Asistencia en Cáncer***

Con Prevención y Asistencia en Cáncer se pensaron ciertas secciones que favorecerían la difusión de las campañas de prevención, lo cual fue solicitado desde la organización. Por esto, la plantilla seleccionada resultó acorde a esta necesidad. Se dividió la información en “campañas”, “noticias” y “comunicados”, lo que a su vez tenía distintos destinatarios. Por ejemplo, puede haber una campaña abierta a la comunidad, y comunicados para socios. La organización trabaja con distintos tipos de cáncer por lo que puede interesar a públicos variados, lo cual se tuvo como referente a la hora de pensar el sitio.

Por otro lado, esta organización propuso que su página tuviera una sección de





páginas de interés en donde estén vinculadas otras instituciones del mundo que traten el mismo tema.

La plantilla es de estilo magazine. Se subieron fotos y videos, algunos de elaboración propia y otros realizados con nuestra ayuda. La página tiene en la parte superior el nombre de la organización. Abajo de él se encuentran las páginas “Quiénes somos” y “Qué hacemos”, en las cuales se presenta a la organización y sus objetivos, además se creó un formulario de contacto.

También en la portada, debajo de las páginas, se observan las categorías. Más abajo hay un slidebar con las últimas entradas. Los widgets seleccionados fueron “Posts Populares”, las últimas fotos de Flickr, un video institucional subido a YouTube, una nube de etiquetas, una opción para iniciar sesión, un calendario, sitios amigos y un menú desplegable con las categorías. Además la página tiene un plugin que conecta al perfil de Facebook.

### ***Detrás Del Puente***

Para la página de la Asociación de Rescate Histórico de Km. 5 elegimos una plantilla del tipo magazine. Detrás del Puente cuenta con una amplia biblioteca fotográfica, además realiza charlas educativas de concientización sobre el patrimonio histórico del barrio Km 5. Por esto consideramos que deberían tener una página con galerías y que les permita colgar videos realizados con fotos de forma sencilla para ellos.

Para esta organización lo ideal sería tener un fotoblog. Sin embargo, la mayoría de las fotos no están digitalizadas, lo cual representa un problema para ese tipo de sitio. Por lo tanto, la plantilla elegida es más abarcativa, en donde pueden publicar todo tipo de material multimedia.

En la parte superior se encuentra el logo de la organización. Abajo del logo se ubica un menú con las páginas. Luego hay dos columnas, la de la derecha es un slidebar con las últimas noticias y abajo se ordenan en cuadros las entradas, y en la izquierda están los widgets seleccionados.

La plantilla tiene bloques en los que diferencia las notas. Son tres segmentos que



se distribuyen verticalmente, y como mencionamos, el primero es el slidebar. Luego se encuentran las entradas con imágenes miniaturas y un extracto de la nota. En el tercer bloque están los “Post reciente”.

Los widgets que utilizamos fueron un calendario, un menú desplegable con los archivos, una nube de etiquetas, un acceso rápido para iniciar sesión y un listado de sitios amigos.

Detrás del Puente tienen reuniones una vez al mes y allí diagraman las actividades, lo cual afectó a la periodicidad de la publicación en el sitio. Así como también el hecho de que de los 14 integrantes sólo dos o tres sean los que tienen conocimientos informáticos y predisposición para administrar la página.

### ***Caminemos Juntos***

La asociación que trabaja con la prevención de adicciones tiene grupos terapéuticos cerrados, a la vez que elabora material concerniente a evitar que más gente se involucre con las drogas. Tienen una columna de opinión en una radio comodorense, publican editoriales en un diario local y realiza charlas educativas en las escuelas. Se pensó que esto podía ser fuente de recursos para armar el contenido de su sitio y se buscó un sitio que sirviera de soporte para todos los formatos, y la idea era vincular estos dos espacios.

Con respecto a la administración del sitio, se contaba con la ventaja de que las integrantes de Caminemos Juntos tenían competencias informáticas, eran jóvenes y pro activas, lo que proyectaba que la publicación sería constante.

La elección de la plantilla del sitio en este único caso, fue cambiada por la integrante de la asociación que participó en la capacitación. Esto resultó importante y se acordó mantenerla porque es una forma de que la asociación se involucre, apropiándose de la página.

La página tiene un estilo blog, con dos columnas. En la parte derecha se encuentran las notas y en la izquierda los *widgets*. Tiene un fondo con diseño lo que la hace atractiva, a la vez que posee una gama de colores muy llamativa.

Los *widgets* que se utilizaron fueron: “Páginas” que crea un menú con las páginas que el sitio posee (fue necesario porque la plantilla no genera un menú), “Comentarios”,





“Buscar” que genera un cuadro de búsqueda dentro del sitio, y “Sitios Amigos”.

### ***Descripción del Proceso de Apropiación***

Con el propósito de que las organizaciones pudieran administrar sus sitios, se realizó la socialización de los conocimientos, a partir de la implementación de una capacitación que constó de dos encuentros en los cuales asistieron las personas designadas por cada organización. Las clases fueron del tipo aula-taller, con una dinámica interactiva teórico-práctico. También se realizaron dos clases de consulta.

Se definió que fuera aula-taller para que la práctica tuviera una participación colectiva sobre los contenidos. Se dictaron dos clases, dos sábados seguidos a fines de Agosto, y dos clases de consulta a mediados de Septiembre.

En el primer encuentro se expuso sobre cómo crear un sitio web, WordPress como sistema de CMS, y cómo configurar, publicar y personalizarlo. En el segundo, se trabajó sistemas de republicación, herramientas de gestión de la comunicación y posicionamiento online. Posteriormente se realizaron dos clases de consulta.

Se les presentaron los sitios a cada organización. Para todas las organizaciones se eligieron, previamente, opciones estándares de configuración para unificar el estilo de las páginas.

Luego, se continuó con el asesoramiento sobre cómo publicar texto. La idea era que asociaran el cuadro de publicación con el procesador de texto que habitualmente usan, lo cual haría familiar el posteo. Como ejercicio crearon una entrada y subieron un texto, al que le fueron cambiando el formato, tamaño, color y le agregaron hipervínculos. Todos estos cambios eran previsualizados en sus sitios. Después se explicó cómo cargar imágenes y editarlas en la entrada que habían creado cuando subieron el texto, a modo de ir complejizando la experiencia.

Después se trabajó en la personalización del tema (ó plantilla) de WordPress, los *plugins* y los *widgets*. Para cada organización se eligió un tema en particular.

En la segunda clase se trataron los sistemas de republicación como YouTube (videos), SlideShare (presentaciones), PhotoPeach (fotos), Scribd (textos), Blip.tv (video y sonido), DivShare (almacenamiento de archivos) y Flickr (fotos y videos).



Estas páginas representan herramientas útiles para la publicación en el sitio. Son tecnologías 2.0, es decir que su contenido está producido por los usuarios, son gratuitas y populares, a la vez que se pueden conectar con WordPress fácilmente.

Con PhotoPeach se sugirió aprovechar la gran cantidad de fotografías que tenían para que pudieran publicarlas en su sitio de forma más atractiva. El sistema es poco conocido y los asistentes del taller quedaron sorprendidos con la sencillez del procedimiento. También subieron sus fotos en Flickr, un sistema de álbumes online que no usaban.

También se vieron algunos servicios de Google como Gmail, Google Docs, medición y evaluación en Google Analytics, posicionamiento orgánico en buscadores, posicionamiento patrocinado Google AdWords y Google Apps.

En cuanto a la participación de los asistentes, cabe destacar que todos estaban entusiasmados por aprovechar las ventajas de la web 2.0, se mostraron dispuestos a trabajar aunque temerosos también. Al respecto se puede mencionar que todos participaron por igual y los más asombrados por las posibilidades que ofrece Internet eran los participantes de mayor edad, integrantes de Prevención y Asistencia en Cáncer y Detrás del Puente.

## ***Conclusiones***

La complejidad de la web llevó a que las audiencias tomen un papel activo en la producción de contenido, redefiniendo su rol. Los contenidos implican un mayor esfuerzo cognitivo. Con este trabajo se pretendió reivindicar la comunicación popular al intervenir en la comunicación institucional de organizaciones sociales y brindarles las herramientas para que puedan producir. Consideramos, también, que la presente propuesta representa un aporte en consonancia con la web 2.0 al compartir el conocimiento.

Algunas conclusiones a las que arribamos fueron que, en primer lugar, es posible elaborar una estrategia de comunicación institucional a partir de herramientas y aplicaciones libres y gratuitas de Internet. En segundo lugar, las organizaciones adoptan las tecnologías, que les son útiles para desarrollar sus actividades, en la medida que las



conocen, para posteriormente apropiarse de ellas.

Por otro lado, la presencia on line de estas OSC genera múltiples oportunidades como la posibilidad de captar voluntarios, promover en un medio nuevo sus tareas, trascender más allá de la ciudad y la región con su actividad, poner en contacto a personas lejanas y vinculadas con sus temáticas, entre otras.

Respecto del Proceso de Apropiación, podemos decir que existía la posibilidad de haber optado por un foro, un manual de usuario y una serie de formas pedagógicas y comunicativas para desarrollarla, pero optamos por una capacitación aula taller porque nos permitía interactuar con las personas que conforman estas organizaciones, y avanzar en el contenido según sus necesidades.

A partir de este espacio las organizaciones pudieran observarse a sí mismas como “prosumidores”, a la vez que, interactuaban en la producción con otras OSC con las que no había tenido relación.

Si bien los talleres se presentaron como un espacio de aprendizaje y ensayo, también sirvieron como ambiente creativo para animar a los asistentes a trabajar el contenido y la publicación. Es por esto que consideramos que de continuar estos espacios los resultados podrían llegar a ser más productivos.

Una vez pasada la posta a las organizaciones, los sitios tuvieron cambios parciales. Ellos mismos reconocieron que les resultaba más fácil estar acompañados para producir. A pesar de ello, mostraron predisposición en cuanto a la participación en todo el proceso de desarrollo de la práctica.

Un condicionante para mantener los sitios actualizados es la publicación, y esta tiene varios factores que la determinan: intereses de las organizaciones, motivaciones, proyectos, tiempo institucional, competencias informáticas y personal abocado a la tarea. Los asistentes tenían escasas competencias informáticas, lo cual influyó en la producción que tuvieron en la capacitación y a posteriori. Además, tener un sitio implica un cambio en su comunicación institucional y como todo cambio, cuesta adaptarse.

Cabe aclarar que si bien la continuidad de los sitios una vez terminada la práctica implica un logro, no resta mérito a ello que sólo un sitio –el de Caminemos Juntos– esté desactualizado. En nuestro rol de comunicadores podemos proponer una forma alternativa para su comunicación institucional en Internet, pero eso no nos garantiza que



la adopten totalmente. En este sentido nuestra tarea es diferente a otras, como el periodismo tradicional, una práctica comunicacional menos participativa, donde el profesional es el que realiza todo el trabajo.

## ***Bibliografía***

- Acuña, Carlos y Vacchieri, Ariana (Comp.). *La incidencia política de la sociedad civil*. 1 era. Edición, Bs As., Editorial Siglo XXI Editores Argentina, 2007.
- Cicalese, Gabriela (Coord.). *Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. 1ª Ed., Bs. As., Editorial La Crujía, 2010, pág. 21.
- Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. 2007. *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF., publicado en <http://www.planetaweb2.net/>
- Delarbre, Raúl Trejo. *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. 1a Ed., Septiembre de 1996. México D.F. Editorial Diana.
- De Ugarte, David. *El poder de la redes*. Buenos Aires., 2007, disponible en <http://www.deugarte.com/manual-ilustrado-para-ciberactivistas>
- Di Meglio, Fernanda y Oregioni, Soledad. “El vínculo entre organizaciones no Gubernamentales (ONGs.) y telecentros en América Latina. Desde una perspectiva comparada. Los casos de Argentina y Perú.”, publicado en [http://wsipapers.choike.org/soledad\\_oregioni.pdf](http://wsipapers.choike.org/soledad_oregioni.pdf)
- Felicié Soto, Ada Miryam. *Biblioteca Pública, Sociedad de la Información y Brecha Digital*. 1a Ed., 1a reimpresión. Bs As. Alfagrama, 2006.
- Fernández García, Jorge Juan. *Más allá de Google*. 1a Ed., Barcelona, España, Zero Factory, S. L. Diciembre 2008. Dponible en [http://www.infonomia.com/pdf/Mas\\_alla\\_de\\_Google\\_2008.pdf](http://www.infonomia.com/pdf/Mas_alla_de_Google_2008.pdf)



- García Delgado, Daniel y Nosetto, Luciano (Comp.). *El desarrollo en un contexto posneoliberal: hacia una sociedad para todos*. 1 era. Edición, Bs As., Editorial FLACSO / CICCUS, 2006.
- Graziano, Margarita. Para una definición alternativa de la comunicación. Revista Ininco. Universidad Central de Venezuela. Tercer Trimestre 1980. Disponible en <http://comunicacionymedios.files.wordpress.com/2007/03/graziano-hacia-una-definicion-alternativa-de-comunicacion.pdf>
- Lujambio, Danilo; Martínez, Luis; Rodríguez, Eduardo; Fernández, Carolina. Equipo Nodo Tau. “*Guía práctica de Internet. Acercando el uso de la Red a las Organizaciones Comunitarias*”. 2da Edición, Rosario, Enero 2005, Programa EnRedando, Editado por Nodo Tau Asociación Civil, disponible en [http://www.tau.org.ar/publicaciones\\_guia.shtml](http://www.tau.org.ar/publicaciones_guia.shtml)
- "Organizaciones No Gubernamentales", publicado en [http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n\\_no\\_gubernamental](http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_no_gubernamental)
- Regina, Festa y Otros. *Comunicación Popular y Alternativa*. Ediciones Paulinas, OCCI-AL, UNDA-LA, Buenos Aires, 1986.
- Ruiz Blanco, Margarita; Delgado Martínez- Pinillo, Aymé. “Aproximación Crítica a la Comunicación Popular”, Enero 2006, publicado en <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EEFlyFEkklgQipCvtA.php>
- Sandoval, Luis. “Educadores y comunicadores: cruces y encrucijadas”, 2010, Mimeo.
- Sandoval, Luis. “Tecnología, comunicación, ciudadanía. Algunos usos políticos de las tecnologías de comunicación en Argentina”, 2010, Mimeo.
- Sanguinetti, Luciano Pedro. *¿El fin de los medios?: políticas, apropiaciones y usos de las TICs*. 1a Ed., La Plata, Univ. Nacional de La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación, 2008.
- Scolari, C. *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona. Gedisa, 2008.
- Sel, Susana (Comp.). *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías*. 1ª Ed. Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. CLACSO, 2009.



- Uranga, Washington. “Prospectiva Estratégica desde la Comunicación”. Proceso metodológico de diagnóstico y planificación. Buenos Aires, Agosto 2007, p. 24.
- Vinelli, Natalia y Rodríguez Esperón, Carlos (Comp.). Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. 1a Ed., Bs As. Ediciones Continente, 2004.