



COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, EDUCACION POPULAR Y CONSTRUCCIÓN DE SENTIDOS

**Autores: Pozzi, Leandro Nicolás
Del Barco, Natalia**

Destinatarios: Docentes de niveles Primario, Secundario y Terciario

FUNDAMENTACIÓN

Los medios de comunicación construyen, amplían o reducen el espacio público. Influyen sobre la agenda de aquello que se debate en la sociedad. Agregan algunos temas y evitan o ignoran otros. Es esa ampliación del espacio público que interesa a este Proyecto, toda vez que se entiende es hoy una función fundamental de la escuela: la ampliación y profundización de espacios públicos democráticos, participativos y de construcción de ciudadanía.

Se valora la información como construcción de sentidos, como un insumo para la participación y la ampliación del espacio público, sin restricciones ni privatizaciones. Una educación para los medios que prepare a las nuevas generaciones para que eviten cualquier reducción del espacio público.

La posibilidad de participación está del lado de quien puede hacer uso de los mensajes de los medios, porque los sabe analizar, interpretar y evaluar. Y porque sabe elaborar estrategias de acción y de decisión a partir de ello. Entender la manera en que los medios representan la realidad y nos hablan de lo que sucede, coloca a las personas en mejores condiciones para participar, actuar y tomar decisiones.

Una educación para los medios es una pregunta constante sobre la manera en que damos sentido al mundo y el modo en que los medios le dan sentido para nosotros. Porque sólo preguntándonos sobre la forma en que los medios de comunicación producen significados, podremos comprender la manera en que influyen sobre nuestras percepciones de la realidad y el modo en que podemos transformarla.

Si las identidades subjetivas se definen no sólo por el libro que leemos, sino por los programas de TV que miramos, el texto multimedia por el que navegamos, la música que escuchamos, la película que elegimos y la historieta que preferimos, la escuela necesita acercarse a estos consumos, reconocer que los adolescentes utilizan diferentes lenguajes y que recurren a distintas escrituras y por tanto avanzar en producciones propias que resignifiquen ese vasto capital cultural es una tarea gremial, pedagógica y por lo tanto, política.

MARCO TEÓRICO

Un enfoque epistemológico sobre la comunicación

Lo comunicativo no posee existencia en sí mismo como objeto autónomo sino vinculado a otra serie de objetos. La comunicación y las ciencias que pueden abordarla como fenómeno son intrínsecamente inter o transdisciplinarias y en ello radica su potencial en tanto discurso que explicar la materialidad social.

Esto nos lleva a pensar la comunicación y sus teorías en un sentido materialista. Una perspectiva materialista compleja que articula la observación con el involucramiento práctico, con el objeto de estudio, dando por resultado cierta transformación del mismo. Cierta negación dialéctica, que permita explicar el ser en una sociedad contradictoria como la capitalista. Así, la relación que el sujeto del conocimiento entabla con su objeto es a la vez compleja en tanto atravesada por múltiples determinaciones. Lo que implica que sería materialista un abordaje que privilegie un tipo de mirada totalizadora, a la vez sociológica, filosófica, económica, política, antropológica, pedagógica.

Un enfoque sobre la comunicación que desde el vamos debe contemplar esa totalidad, esas múltiples determinaciones, sea que focalicen en el campo de las comunicaciones de masas o en la investigación sobre los modos interpersonales de interacción comunicativa, o aún en ambas modalidades.

Lo comunicativo visto desde esa amplitud se conecta con lo alternativo en tanto crítica de lo existente, como modo de generación de una transformación de lo existente, como “nacimiento otro”. Así, lo interdisciplinario se transforma en una rebelión contra la “disciplina”, una comunicación que es así una suerte de “antidisciplina”.

Una comunicación que necesariamente circule en la escuela, en nuestro sindicato y en la articulación entre ambos, y con el conjunto de la sociedad.

Lo antedicho implica que cualquier noción emergente de “comunicación alternativa” tampoco puede ceñirse solamente al mero campo de una discusión y una práctica sobre “los medios masivos de comunicación” (la mayoría de ellos claramente atravesados y determinados por la lógica de la mercancía), para vincularnos con otro tipo de comunicación cuyo fundamento será también político. Aquí planteamos que si lo comunicativo puede ser pensado como político – sin perder de vista la noción de “totalidad”- también lo político debiera referir a un campo comunicacional donde se privilegia el intercambio y la interacción entre pares. Es decir una visión política superadora de aquella que entiende a esta solo remitida a las políticas de estado e institucionales, sino como práctica humana concreta sobre todas las cosas. Vale precisar, una noción de “política” vinculada con lo “comunicacional” por oposición y contradicción a otra concebida desde lo “instrumental”.

De modo que lo “comunicacional” como “alternativo” y como alternativa “política”, supone un punto de partida “negativo” –contradictorio, contrapuesto- a las formas sociales existentes (de lo político, de lo comunicacional, de lo cultural, de lo pedagógico, de todas aquellas formas que expresan una “totalidad”).

Siguiendo la concepción amplia de comunicación ya planteada, se plasma esta concepción amplia sobre lo político y lo alternativo. Pero si es con la consolidación del desarrollo capitalista y con la configuración de una sociedad de masas que emerge la condición de posibilidad de una cultura de masas y de una comunicación de masas, es en este momento donde otra posibilidad de pensar una “comunicación alternativa” surge: como “negación” y oposición a este tipo de formas establecidas (a partir de condiciones estructurales) de comunicación.

Todo ello vincula la posibilidad de una comunicación alternativa, desde la crítica y la negación de lo establecido, en tanto y en cuanto expresiones comunicacionales que se propongan el ejercicio de la autonomía de los lazos de la dominación cultural, política e ideológica del poder realmente existente. Poder entendido como relación social, y por tanto pasible de permanentes modificaciones por parte de los sujetos que intervienen sobre la realidad.

La particularidad que asume la forma de comunicación de masas prevaleciente en las llamadas sociedades de masas (que es a la vez la “forma” que toma la sociedad capitalista) es precisamente que se dirigen a una “masa” concebida de manera “amorfa” e “irracional”. De modo tal que la comunicación “de masas” se presenta así en cierto sentido “ilustrado”, esto es, “unidireccional” configurado por un emisor que detenta un saber (burgués) y un poder (instrumental) que no es otro que el poder del “capital”.

Si se piensa una “comunicación alternativa” en el sentido “negativo” antes mencionado, la misma debe desarrollarse como crítica a la “forma” unidireccional que toma la “comunicación de masas”, pero al mismo tiempo como crítica totalizadora a la “forma” social dentro de la que se expresa. Por eso, una noción de “comunicación alternativa” concebida desde el interior la sociedad capitalista no puede ser sino al mismo tiempo una crítica a la misma “totalidad” capitalista.

Comunicación alternativa, educación popular y construcción de sentidos

Para los sectores populares, los procesos de organización, participación y movilización han constituido históricamente la piedra angular para liberar su capacidad de expresión, rescatar su derecho a la palabra, sustentados en una interacción colectiva orientada a analizar y comprender la realidad para establecer identidades y sentidos comunes respecto a su accionar social transformador.

Latinoamérica tuvo particularidades diferentes de Europa en la relación medios de comunicación-legitimación social. Mientras en el llamado “viejo continente” –como si este fuera “nuevo”- los medios de comunicación masiva se desarrollan codo a codo con la industrialización y el consecuente fenómeno de masas; por estas tierras tales medios se afirmaron en prerrogativas funcionales a las élites que se apoderaron de los esfuerzos revolucionarios, una vez derrotados estos, a cambio de un nuevo modelo de dependencia colonial.

Tuvo que llegar la década del 60 del siglo XX para que tal realidad se viera nuevamente cuestionada. “Romper el muro del silencio”; “dar voz a los que no tienen voz”; “liberar la palabra” son consignas acuñadas en una extensa multiplicidad de experiencias de comunicación orientadas a corregir desequilibrios mediáticos que responden a diferentes cosmovisiones sobre el mundo realmente existente.

Estas prácticas encontraron su principal sustento propositivo en los planteos de Paulo Freire en materia educativa, poniendo acento en la relación dialógica dentro de los grupos. Son respuestas desarrolladas como una extensión de las críticas a la educación dominante y por lo tanto se desarrollan en el terreno concreto de la educación popular.

Tales esfuerzos comienzan a adquirir un perfil más definido dentro de las dinámicas político reivindicativas, en la medida que su actividad comunicacional es considerada como un resorte para lograr una participación conciente y organizada de los sectores populares en torno a demandas comunes, a la vez que para alcanzar una mayor cohesión interna de los grupos implicados y fomentar interrelaciones entre estos.

El criterio central era demarcarse del sistema de comunicación dominante por lo que estas experiencias pasan a autodenominarse, según el énfasis puesto: comunicación de base, grupal, horizontal, participativa, crítica, liberadora, alternativa, popular. Tales énfasis respondían al cuestionamiento a distintas facetas de la comunicación dominante: estructura comercial, vertical, jerarquizada, elitista, antidemocrática; derivando en desinformación, imposición de grupos de poder, alienación cultural, restricción informativa. Los protagonistas de estas iniciativas son organizaciones sociales y sus herramientas mediáticas harto diversas: fanzines, boletines, revistas, comics, radios, etc.

Con el tiempo esas expresiones se generalizan bajo la denominación de “comunicación alternativa” y “comunicación popular”. La primera orientada como tal por el Movimiento de Países No Alienados por un Nuevo Orden Informativo y de la Comunicación como réplica al “colonialismo informativo”, proveniente de las grandes potencias mundiales y sus nacientes corporaciones mediáticas.

La comunicación popular, en cambio, ha buscado afirmarse como una corriente cuyo accionar se remite a la estructura social vigente. Conceptualmente asume “lo popular” como un factor de la relación de dominación presente en la sociedad: sector dominante/sector popular, lo que remite a la cuestión del poder y las luchas por la hegemonía, entendida esta como construcción, no como simple señalamiento cuantitativo de la mayoría.

La comunicación popular supera el estadio de la autoreferencialidad de los medios masivos de comunicación para poner sus prácticas sobre las condiciones de producción y reproducción social de sentido, dando particular importancia a los procesos de organización y de movilización. Si la organización de las clases dominantes es directamente proporcional a la desorganización y la desarticulación de las clases dominadas, allí se inscribe esta comunicación como paradigma clave para la articulación de una respuesta contrahegemónica.

Planteamos además una visión superadora de aquella que reduce el sentido de lo “popular” a las diferentes etapas del circuito informativo o comunicacional, como pueden ser el lenguaje que se utiliza, los sujetos que aborda, el tiraje limitado, los receptores, etc. Una comunicación propia de una etapa histórica a la defensiva para los pueblos, una comunicación circunscripta a núcleos de resistencia. Por el contrario, hoy debemos pensar, proyectar y concretar una comunicación que dispute a nivel masivo el sentido de la interpretación del mundo, sus conflictos, sus perspectivas de transformación y el gobierno de las sociedades, a la vez que contribuya a fortalecer colectivos escolares y sindicales inscriptos en esa disputa.

En otro plano, confluente con lo descripto, el compromiso de abrir nuevos cauces en la lucha por la democratización de la comunicación implicó ciertamente esfuerzos para reforzar y multiplicar el accionar de esa “otra comunicación”, pero además para dar impulso a un movimiento cada vez más amplio que ha hecho que esta demanda vaya adquiriendo pertinencia social, y no quede circunscripto a quienes están directamente vinculados al campo comunicacional. Lo cual lleva implícito el reconocimiento de la democratización en tanto espacio estratégico para la transformación social.

En esta lucha por la democratización de la comunicación, junto con los medios de comunicación popular, alternativa, independiente, comunitaria, etc; se encuentran los colectivos en pro del acceso universal y apropiación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TICs); las redes de intercambio para el desarrollo del software libre, los organismos de monitoreo y control sobre los contenidos sexistas, racistas, excluyentes en los medios; los programas de educación crítica en relación a los medios; las redes ciudadanas y de intercambio informativo articuladas por internet; los colectivos de mujeres con perspectiva de género en la comunicación; los movimientos culturales; las redes de educación popular, los observatorios en pro de la libertad de información; las asociaciones para oponerse a los monopolios; los movimientos en defensa de los medios de carácter público.

Un factor clave en este entramado es la creciente revalorización de la comunicación en tanto espacio de disputa estratégica por parte de las organizaciones populares.

Si bien por lo general, en las organizaciones sociales continúa prevaleciendo una visión instrumental de la comunicación, circunscripta a la utilización del medio, del instrumento, no es menos cierto que al interior de ellas ya se habla de la formulación de políticas y de estrategias de comunicación, y de la necesidad de dotarse de medios propios y recuperar el sentido mismo de la comunicación, que implica diálogo, interacción, construcción colectiva.

En la Argentina, la derogación del decreto ley de radiodifusión de la última dictadura militar y su reemplazo por una ley de Servicios Audiovisuales, más conocida como Ley de Medios de la Democracia (N° 26.522); el proceso de debate público que la precedió, la acompañó y continuó hasta nuestros días; profundizó esta perspectiva, abonando el camino para una comunicación popular para las organizaciones sociales. No sin considerar la existencia de un movimiento por una radiodifusión democrática preexistente a esa nueva situación, de un conjunto de organizaciones que venía luchando por el derecho de las organizaciones a contar con sus propios medios, luego contemplado en la ley en un 33% del espectro de medios.

En este contexto, la escuela pública y nuestro sindicato –concebido siempre fuertemente inserto en ella- se encuentran desafiados a la constitución de colectivos que desarrollen la comunicación popular y alternativa; entendiendo a esa escuela como territorio donde disputar el sentido de cómo se conciben las cosas y al sindicato como una herramienta que desarrolla esa disputa y construye sentidos contrahegemónicos en función de una correlación de fuerzas favorable a los trabajadores y la construcción de una nueva sociedad, donde la educación y la comunicación sean un derecho y un bien social en la práctica y no solo en los discursos.

Esa concepción de entender la comunicación como práctica social y por tanto educadora de las masas ha sido profundamente desarrollada por el Movimiento de los Sin Tierra de Brasil,

donde definen “una concepción de estrategia de comunicación, como una forma de apropiación de la comunicación para proyectarnos a la sociedad”. En relación a ello, establecen 4 puntos fundamentales:

- 1) La naturaleza de la propuesta y del mensaje. Esto está muy relacionado con el proyecto que queremos construir y con el desarrollo político de la organización, y no con una simple definición teórica de la comunicación. Esto es para mostrar que el modelo que queremos plantear, para disputar con otro modelo de sociedad, en función de nuestro objetivo estratégico
- 2) Los que hacen la lucha en sí, los que trabajan, son los protagonistas de la noticia
- 3) Ampliar el público al que queremos llegar. Porque lo que nosotros tenemos en mente es que queremos elevar el nivel de conciencia política y el nivel de organización de la sociedad
- 4) Qué podemos construir con nuestros medios, con nuestros instrumentos y con nuestra base social. Al mismo tiempo, qué sucede con las otras luchas, con los otros procesos, con las otras propuestas, y cómo podemos contribuir a las demandas generales

Al moverse entre la condena y la fascinación frente a los medios masivos de difusión, en muchas organizaciones sociales se fue estableciendo como política el “posibilismo mediático”, con mecanismos para que los medios se hagan eco de sus actividades y planteamientos. Pero al constatar que el tratamiento que reciben en el mundo mediático lo común es el ocultamiento, la satanización y la estigmatización, hoy se perfila un posicionamiento crítico que plantea la necesidad de dotarse y potenciar sus propios medios para expresarse con “voz propia”, como componente de sus estrategias comunicacionales, educativas y culturales, sin que ello suponga desconocer el peso que han acumulado los medios masivos del establishment en la formación de la llamada “opinión pública”, la visibilidad social y la configuración de actores sociales y políticos, por lo cual su agenda informativa marca la agenda pública. Precisamente por esto, junto con el planteamiento de desmediatizar la comunicación y propiciar la articulación de un nuevo tejido comunicacional como proceso colectivo y cotidiano.

Desde este enfoque, la comunicadora Claudia Korol se refiere a “la pedagogía popular de la comunicación”. Sostiene que “tanto en los procesos de resistencias populares al neoliberalismo, como en las alternativas populares que se van generando al mismo, los movimientos sociales han ido creando herramientas, códigos, símbolos, lenguajes, señales, en los que subyace una pedagogía popular que concibe a la comunicación como un momento fundante de la praxis transformadora. Es una pedagogía que hace de la comunicación interpersonal en los movimientos, entre los movimientos populares, y de estos con el resto de la sociedad, dimensiones concretas que requieren ser trabajadas como parte de la batalla cultural contrahegemónica. Una pedagogía que intenta crear lazos firmes entre lo que dice y lo que hace, entre lo que muestra y lo que es, entre teorías y prácticas, entre información y formación...Es la comunicación que se encarna en prácticas sociales colectivas, comunitarias, que visibilizan lo ocultado, que develan las muchas miradas del mundo producidas simultáneamente desde distintas experiencias, sin privilegiar unas sobre otras, sino haciendo de las diferencias el punto de partida para posibles encuentros”.

Por lo mismo, acota, “la integración de las redes y proyectos de comunicación alternativos y la educación popular son entonces dimensiones específicas contrahegemónicas, para una batalla cultural que en condiciones de extremo desequilibrio, puede hacer sin embargo de la creatividad popular, la imaginación, la sensibilidad, la potencia simbólica; las armas secretas contra la alienación y el aburrimiento que ofrece como horizonte cultural el capitalismo”.

Contextualmente a estas consideraciones, se registra un repunte de las luchas por la democratización de la comunicación con una agenda que, entre otros puntos, plantea la reafirmación del carácter público de la comunicación y con ello la necesidad de regulaciones para restringir la concentración de la propiedad de los medios de comunicación; garantizando la diversidad y pluralidad; la democratización y transparencia de los mecanismos de concesión de frecuencias; la adopción de políticas con sentido de inclusión social para la implementación de las nuevas frecuencias digitales; la legalización de los medios del “tercer sector” (populares, comunitarios, etc) y el derecho de los pueblos originarios a tener sus propios medios.

Hoy el proceso latinoamericano, con la experiencia argentina a la vanguardia, plantea reformular las regulaciones sobre los medios de comunicación, exponiendo los intereses de los grandes medios privados –siempre estigmatizadores de la clase trabajadora y sus luchas– ressignifica el concepto de libertad de prensa y de información y pone de relieve aquella agenda por una comunicación alternativa.

Uno de los desafíos del proceso de integración latinoamericana que lo ha hecho posible es insistir en potenciar el diálogo para habilitar canales y espacios de reencuentro y fraternidad entre los pueblos; vale decir, para que contemple seriamente la cultura y la comunicación en tanto dimensiones para avanzar en el entendimiento solidario y fraterno que es indispensable para romper con la historia de subordinación y dependencia.

Todavía se mantiene como una tarea pendiente la necesaria construcción de una agenda específica que ponga en movimiento las sinergias entre las redes sociales y esa “otra comunicación” que se ha venido vertebrando en confrontación al imperio del libre mercado.

La Campaña Continental contra el ALCA marcó un importante precedente, al congregarse redes y coordinaciones de agencias y medios de comunicación alternativa y popular, de radios y TVs comunitarias y regionales, de blogs y sitios de internet, de video y cine social, de observatorios de medio, etc; junto a movimientos sociales. Pero también importa contar con definiciones, acuerdos y mecanismos con las redes regionales de información y comunicación pública que se están conformando al calor de la dinámica integracionista, cuya expresión más emblemática es TeleSur.

En este trayecto, con las TICs –y debido a su abaratamiento y socialización por parte del Estado Nacional– se ha creado una base tecnológica que puede permitir la organización y configuración de un sistema democrático de comunicación, a contracorriente de las fuerzas del mercado que quieren anular tal posibilidad.

Pero esa posibilidad coloca a su vez desafíos que ameritan encararse. La propia red está en disputa, ya que también encierra un costado siniestro que nada tiene que ver con la democracia, como la violación de la privacidad, el fraude y el espionaje.

Un nuevo plano de la disputa de sentidos.

En el campo de la comunicación, la fuerza ideológica dominante no radica tan solo en el inmenso poder de difusión de sus mensajes que le confiere el control de los grandes medios masivos, sino que además está presente la capacidad de convalidar esos mensajes dentro del conjunto de los procesos sociales, en la organización social misma. Por lo mismo, hay que tener presente que para el actual sistema de dominación, resulta consustantiva la institucionalización de los medios de comunicación como una especie de ente autónomo, con un cuerpo de especialistas y reglamentos propios que le cobijan de una “neutralidad” y “naturalidad”, cuya imagen a penetrado todos los poros de la sociedad. De allí surge el mimetismo que comúnmente se encuentra en prácticas que aspiran a ser contestatarias.

Para encarar esta realidad no hay recetas ni fórmulas mágicas porque tal desafío implica la elaboración de propuestas consistentes teórica y prácticamente, tanto a partir de las experiencias y condiciones concretas de las luchas sociales, como del procesamiento de aciertos y errores tanto del presente como del acumulado histórico, y abierta a la crítica y al debate amplio. Es un esfuerzo que convoca pensar en políticas y estrategias comunicacionales contrahegemónicas, de la mano de la nueva construcción cultural y social con sentido de humanidad, que solo puede ser colectivo.

Un desafío donde la escuela pública y el sindicato de los constructores de aprendizajes y conocimientos no pueden estar ausentes, y que exige socialización de experiencias y el fortalecimiento del conocimiento colectivo propio.

OBJETIVOS

- Propiciar ámbitos de encuentro, comunicación y participación entre los miembros de la comunidad educativa. Resignificación de lenguajes y culturas. Formar personas emisoras, receptoras activas y críticas de situaciones concretas, reales y actuales
- Vincular a los docentes con experiencias comunicacionales alternativas y la construcción de sentidos propios, desde la producción e instrumentación de contenidos propios, ligados a problemáticas gremiales, sociales, juveniles, estudiantiles y escolares.
- Desarrollar líneas de trabajo, criterios comunes y bases para la construcción espacios comunicacionales del sindicato.
- Proyectar un trabajo en red con distintas entidades que se relacionan con la escuela: escuelas vecinas, centro vecinal, Universidades locales, medios de comunicación masivos escritos y audiovisuales (visitas y participación en los diarios locales, radios y canal de TV, con artículos sobre distintas problemáticas).
- Apropiación de nociones básicas para una línea editorial propia y la construcción de nuestro mensaje comunicacional.
- Observaciones y análisis de producciones audiovisuales.
- Conocimiento y aplicación de diversas estrategias para una interacción comunicativa exitosa

CONTENIDOS



→ Movimientos populares y medios de comunicación: hacia una visión totalizadora de la construcción de sentidos. Comunicación y discursos. Comunicación y subjetividad. Movimiento obrero, movimientos sociales y medios de comunicación. Rol del sindicato y la escuela pública

→ La disputa por la construcción de sentido. El movimiento por la democratización de las comunicaciones. Panorama abierto con la Ley de Servicios Audiovisuales. ¿Comunicar desde los medios masivos o con nuestros propios medios?

→ Impacto de las formas comunicacionales en las organizaciones. Organización, comunicación y conflicto. Sindicato y comunicación alternativa. ¿Cómo construimos sentidos contrahegemónicos en la escuela y en el sindicato? ¿Cómo construimos nuestro mensaje? Un territorio en disputa: las nuevas tecnologías en la escuela y en los sentidos sociales

METODOLOGÍA

La metodología a utilizar será del tipo Aula Taller. Criterios para promover el trabajo en grupo, el debate democrático y la rotación de roles al interior de los mismos como así también establecer un vínculo formador- docente dinámico que estimule el proceso educativo, en base al diálogo, en una comunicación multidireccional y recíproca.

Contemplando la transversalidad planteada en los diseños curriculares, pensar estrategias áulicas vinculadas al análisis de materiales comunicacionales con las problemáticas abordadas; el desarrollo de investigaciones, de entrevistas en la comunidad, informes de investigación y presentación de paneles y mesas redondas de carácter participativo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Las instancias de evaluación serán presenciales, procesales y con un criterio evaluativo integral del proceso. Predisposición y apropiación del conocimiento colectivo expresado.

Incluye la entrega de un trabajo final no presencial con el objetivo de profundizar la capacidad de iniciativa propia y colectivización de la experiencia propia en función de la temática central del Curso.

Consta de un encuentro departamental de aproximadamente 6 horas de reloj, más la entrega del trabajo final.

BIBLIOGRAFÍA y materiales de trabajo

- “Comunicación popular, una perspectiva antihegemónica”, por Osvaldo León, 2012
- “Intencionalidad editorial: bases para la producción periodística”, por Ernesto Espeche, Universidad Nacional de Cuyo, 2012
- Una Ley para Todas las Voces, de Luis Zubieta, Editorial Cartago, Buenos Aires, 2010
- Ley de Servicios Audiovisuales (N° 26.522/09)
- Comunicación y Cultura en la Argentina. Sobre lo alternativo y la autonomía, por Rodolfo Gómez; Carreras de Ciencias de la Comunicación y de Ciencias Políticas; Facultad de Ciencias Sociales- UBA. Publicado en “Cuadernos Marxistas”, Noviembre de 2012



Comunicación Alternativa, Educación Popular y Construcción de Sentidos 2014

- “Las 10 estrategias de la manipulación mediática”, de Noam Chomsky, 2008
- Producciones audiovisuales oficiales, alternativas, escolares y de la corporación mediática