



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARÍA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Deportivo Undav: entre la producción de conocimientos y el vínculo con la comunidad

Año
2018

Autor
Viera Barreto, Joaquín Nahuel

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Viera Barreto, J. N. (2018). *Deportivo Undav: entre la producción de conocimientos y el vínculo con la comunidad*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Deportivo Undav: Entre la
producción de
conocimientos y el vínculo
con la comunidad

Joaquín Nahuel Viera Barreto (jnvb1996@gmail.com)

Universidad Nacional de Avellaneda

Estudiante de la Licenciatura en Periodismo

RESUMEN

Deportivo Undav es un proyecto periodístico ideado por estudiantes de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda. El mismo se nutre de información deportiva no convencional pero además, se trabaja desde una perspectiva cultural, social o comunitaria.

El programa de radio, producto periodístico que da identidad al proyecto educativo antes mencionado, se transmite todos los jueves de 19 a 20 hs. por Radio Undav (FM 90.3). Dicha emisora propone abrir espacios, conocer historias y discutir realidades, por lo que en Deportivo Undav resulta fundamental la interacción no solo con la comunidad educativa sino también con el territorio en su conjunto.

Si bien el proyecto se vale de otras herramientas (@deportivoundav en Instagram, Facebook y Twitter) y plataformas (www.deportivoundav.wordpress.com), el eje central es la radio, donde se desarrolla un lenguaje que despierta la imaginación desde la fusión de las palabras, los efectos, silencios y música que permite al oyente ver a través del oído.

Para Deportivo Undav resulta esencial el vínculo con el club social y deportivo, el cual es entendido como un espacio de socialización y producción de sentido, donde niños/as, jóvenes, adolescentes y adultos se encuentran con el deporte, por lo que los flujos de información son constantes y dar cuenta de dicha comunicación es un desafío para este proyecto educativo comunicacional.

En el marco del centenario de la Reforma Universitaria de 1918, la cual propone vincular la Universidad con el pueblo, desde Deportivo Undav se trabaja con la convicción de que en nuestra sociedad hay una enorme cantidad de organizaciones que pugnan por hacerse ver y oír, por lo que es necesario incorporar conocimientos y saberes que son negados por los grandes medios.

Palabras clave: Periodismo, la radio como construcción de sentido, comunidad, información

Deportivo UNDAV: betwenn knowledge's production and the link with the community

Deportivo UNDAV is a journalistic project devised by students of the degree in Journalism of University of Avellaneda. It is composed of non-conventional sports information but also works from a cultural, social or community perspective.

The radio program, journalistic product that gives entity to the project mentioned above, it is transmitted, from 19:00 to 20:00, on Radio UNDAV (FM 90.3). This station proposes to open spaces, learn about stories and discuss realities, so in Deportivo Undav interaction is essential not only with the educational community but also with the territory as a whole.

Although the project uses other tools (@deportivoundav on Instagram, Twitter and Facebook) and platforms (www.deportivoundav.wordpress.com), the central axis is the radio, where a language is developed that awakens the imagination from the fusion of words, effects, silences and music which allows the listener to see through the ear.

For Deportivo Undav, the link with the social and sports club is essential, which is understood as a space of socialization and production of meaning, where children, young people, adolescents and adults meet sports, so the flows of information are constant and to account for such communication is a challenge for this educational communication project.

In the framework of the centenary of the University Reform of 1918, which proposes to link the University with the people, Deportivo Undav works with the conviction that in our society there are a huge number of organizations that strive to be seen and heard, what is necessary to incorporate knowledge and knowledge that is denied by the big media.

Keywords: Journalism, radio as construction of meaning, community, information

El proyecto Deportivo Undav inicialmente fue pensado con el nombre *Offside*, el cual tenía como eje central vincularse de forma lineal con el fútbol como tema de agenda y con el día a día de éste deporte. No obstante, al observar la falta de un producto informativo que abarque diversos deportes y se vincule mediante el mismo con el territorio, se optó por modificar el nombre del programa y su respectivo eje.

El mismo nació como un emprendimiento periodístico pensado, producido y elaborado por estudiantes, de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda, al observar la dificultad que implica realizar las primeras experiencias en medios de comunicación que estén por fuera de la institución de educación superior.

El Departamento de Ciencias Sociales, a través de la Carrera de Periodismo, brindó su espacio y ayuda profesional para continuar profundizando dicho proyecto y poder coronar un programa de radio que se sumara a la programación de Radio UNDAV. Este producto se presenta como un espacio para desarrollar prácticas pre-profesionales, por lo que una de las finalidades de ésta vía de comunicación es introducir de manera progresiva a los estudiantes al mundo periodístico desde una perspectiva integral en relación a los deportes y al territorio regional.

Con respecto a sus contenidos, Deportivo Undav se propone trabajar la producción y difusión de noticias relacionadas al deporte no convencional o mejor dicho, aquellos que no forman parte de la actualidad periodística, afirmando que los espacios para dar a conocer dichas disciplinas en los grandes medios de comunicación, son escasos o casi nulos.

El negocio detrás de las marcas, publicidad y compra/venta de jugadores invalidan a los clubes de barrio a ser noticia en los grandes medios de comunicación, por no ser competitivos ni económicamente rentable. Éstos luchan por hacer oír sus voces, dar a conocer su realidad y aportes al lugar donde se encuentran emplazados, por lo que desde Deportivo UNDAV se brinda el espacio para difundir y compartir sus actividades en todas sus modalidades, lo cual implica trabajar con la comunidad local, preguntarse y generar herramientas para incluirla: que sean objeto y sujeto de estudio para pensar una verdadera comunicación.

Por otra parte, es importante destacar que diversos emprendimientos periodísticos en Avellaneda están relacionados casi en su totalidad con noticias de actualidad ligadas al

fútbol. En el caso de Radio Gráfica, en la grilla se ubicó un programa denominado “Abrí La Cancha”, un producto ligado de análisis de encuentros de fútbol profesional.

En ese sentido, en Radio Cítrica a través de su programa “Offside” maneja la misma lógica, aunque dentro de su grilla emerge “Doble Cinco” que se vincula con los clubes de barrio al difundir todo tipo de noticias que gira en torno al fútbol infantil, consolidándose este programa como el más cercano a Deportivo Undav. En lo que respecta a FM Riachuelo, otra radio comunitaria de la zona, no posee en su grilla un producto con características u objetivos similares al programa.

Surge como hipótesis que en el territorio de Avellaneda no existe un espacio deportivo radial destinado a la difusión de deportes con perspectiva social, cultural y comunitaria, en este caso organizado por estudiantes de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda.

ASPECTOS TEÓRICOS

El deporte es un instrumento esencial de formación, maduración del individuo e inclusión social, capaz de involucrar a personas de todas las edades, grupos o condiciones. Deportivo Undav concibe el mismo como una disciplina social que reconoce a los sujetos en el desarrollo deportivo así como también posibilita a hombres y mujeres encontrarse, conocerse, experimentar la capacidad del diálogo y colaboración. (Paolo Crepaz, 2015)

Esta concepción conlleva a considerar la actividad deportiva como contribuyente al desarrollo integral de la persona, por lo que, según Paolo Cipolli (2015) el deporte está entrelazado con la realidad que nos circunda, desde lo estético, lo técnico, lo político y el derecho.

Para Deportivo Undav, el panorama deportivo de hoy es pluralista y abierto, por lo que se concibe al deporte con finalidades distintas a las de simplemente competir. El autor Cipolli (2015) considera finalidades de tipo expresivo, el deporte como lugar de experimentación de sensaciones y emociones que nos alejande la rutina de vida cotidiana; Y finalidades de tipo instrumental, para obtener desarrollo de cualidades físicas y de carácter que pueden ser trasladadas a la vida cotidiana.

Con respecto a esta última, Deportivo Undav concibe al deporte como una herramienta eficaz para la educación de los jóvenes y como una disciplina que dote al individuo de

una preparación no solo física, técnica y táctica, sino también humana. Además, desde la Universidad se tiene una visión integral del sujeto, observando la importancia de la actividad física y el deporte para el desarrollo tanto personal como social.

VÍNCULO CON LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE ORGANIZACIONES Y CLUBES SOCIALES

Como se mencionó con anterioridad, Deportivo Undav trabaja sus contenidos en base a la producción y difusión de actividades y noticias que giran en torno a organizaciones y clubes de barrio. El interés de este apartado se enfoca en desarrollar cómo se concibe a estas entidades desde dicho producto periodístico.

En referencia a estas instituciones, según el artículo 2° de la Ley 27.098, conocida como “Régimen de Promoción de los Clubes de Barrio y de Pueblo”, son aquellas asociaciones de bien público sin fines de lucro, que tengan por objeto el desarrollo de actividades deportivas no profesionales en todas sus modalidades y que faciliten sus instalaciones para la educación no formal, el fomento cultural de todos sus asociados y la comunidad a la que pertenecen y el respeto del ambiente, promoviendo mecanismos de socialización que garanticen su cuidado y favorezcan su sustentabilidad

Históricamente, los clubes sociales comenzaron a organizarse con la afluencia de las inmensas inmigraciones, provenientes en su mayoría de Europa, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, años donde la Argentina era uno de los principales destinos elegidos por quienes huían del hambre y las guerras.

Al respecto, Cáneva y Mendoza Jaufret (2007) sostienen que la inmigración masiva dio como resultado una población diversa, fluida e inestable, por lo que el club social fue clave ante la construcción de un nuevo modelo de pensar y vivir las relaciones comunitarias.

Siguiendo estos lineamientos, Cáneva (2012) agrega que dichas entidades constituyen espacios tradicionales de encuentro comunitario y conservan la impronta de las primeras formas de asociación vecinal, que en su momento de mayor crecimiento lograron ser el eje de la consolidación de una fuerte identidad barrial y urbana.

En ese sentido, Deportivo Undav entiende a los clubes sociales y deportivos como lugares donde confluyen múltiples historias de vida, que se entrecruzan con tantos otros relatos familiares y barriales.

Para dicho producto periodístico, es importante reconocer las historias y relatos que se desarrollan dentro de estas entidades por lo que uno de los tantos desafíos que enfrenta Deportivo Undav es empoderar a los que no tienen voz (Tommasino, 2014), además de producir conocimientos que surjan como resultado de un diálogo transformador con la comunidad.

Este proyecto educativo entiende que la realidad es diversa, construida subjetivamente y percibida de distintas maneras. Al respecto Mata (2009) agrega que la comunidad es entendida como agrupamientos de individuos donde se concretan una serie de interacciones fundadas en expectativas compartidas. Sin embargo, este producto comunicacional no entiende lo compartido como sinónimo de acordado y consensuado, sino que en términos de Tommasino (2014) se concibe a la misma como aquella donde hay conflictos y disidencias, por lo que producir conocimiento ante la pluralidad de ideas también se torna un desafío.

Deportivo Undav desarrolla entonces una comunicación comunitaria, asumiéndose como actor social que trabaja en conjunto con el territorio lo cual posibilita la producción de significados y expectativas compartidas. La Universidad entiende que el pueblo produce conocimiento y que el rol de la misma es organizar esa producción de manera que sea apropiada para nuestros sectores populares.

Al respecto, Balán (2014) explica que el pueblo se equivoca y también acierta, pero si hay una organización democrática que permita procesar los errores y los aciertos, entonces se produce saber popular, por lo que este producto periodístico se piensa y desarrolla como un dispositivo estratégico en la construcción de conocimiento social.

En ese sentido, se debe destacar otra dimensión que actualmente se ha trabajado profundamente en el ámbito del periodismo: la información. Sobre dicho concepto, Ramonet (2003) afirma que debido a su sobreabundancia y multiplicación se encuentra contaminada, al mismo tiempo que manipula y asfixia.

Frente a este panorama, Deportivo Undav toma como propio el concepto de re-informatización elaborado por Mata (2009), el cual se basa en la construcción de alternativas que quiebren las lógicas predominantes y el sentido común, por lo que es considerado una necesidad iniciar un trabajo que incorpore conocimientos y saberes que son negados para cuestionar las agendas que se construyen desde los medios masivos.

Por eso mismo, este espacio se asume como un actor social de pleno derecho, que comparte un mismo horizonte político independientemente de donde estén situados las personas e instituciones al creer que la comunicación es una práctica de interacción y de construcción de sentido a partir del cual se construye nuestro modo de ser y estar juntos (Mata, 2009).

En conclusión, Deportivo Undav se plantea de qué forma se pueden modificar agendas, visibilizar temáticas, voces, actores que no están presentes en la escena pública. Al asumir la perspectiva sobre la comunidad podemos decir que la misma es imposible sin la comunicación, por lo que esta última es fundamental para poder expresar en la esfera pública la carencia de derechos y la lucha por nuevos derechos (Mata, 2009)

CONCEPTOS FUNDANTES SOBRE PERIODISMO

Deportivo Undav percibe al periodismo como un derecho de libertad de expresión, el cual reconoce a sectores que viven en el anonimato. Trabajar desde el periodismo comunitario concreta la posibilidad de que el receptor no sea un sujeto pasivo; sino que en ocasiones intercambia su rol de destinatario y desempeña también un papel activo en el proceso de producción de conocimientos.

Al respecto agrega Ramonet (2003) que durante varios años, el periodismo y los medios de comunicación han sido recursos eficaces de los ciudadanos contra el abuso de los poderes. Precisamente estos últimos conformaron grupos mediáticos que reúnen a todos los medios tradicionales (televisión, radio y diarios) y no se proponen corregir las disfunciones de la democracia.

En ese sentido, el periodista Sebastián Lacunza comenta que el rol del Estado es fundamental como interventor en el sistema de medios, ya que dejar ese papel a merced de las corporaciones vulnera derechos humanos básicos (Lacunza, 2016).

Por ello resulta fundamental articularse con los movimientos sociales y organizaciones ciudadanas, además de concebir la importancia del hecho noticiable como relativa al área de cobertura de la emisora: en Deportivo Undav se producen y difunden materiales periodísticos que son de interés para deportistas amateurs, clubes de barrio y organizaciones pero que no serían noticiables para medios masivos. En términos de Cossa (2010), son fábricas que buscan grandes consumidores a cualquier precio (Citado por Julio Ferrer, 2010).

Frente a este panorama, Deportivo Undav comenzó con su programación en la Radio de la Universidad Nacional de Avellaneda el 9 de agosto de 2017. Precisamente este medio periodístico es quien dio identidad a este proyecto comunicacional.

Siguiendo a López Vigil (2000), los estudiantes que integran el staff del producto entienden que la radio posibilita producir notas (columnas, para ser más precisos) que sensibilizan al oyente sobre los problemas sociales y consecuentemente, mueven voluntades para resolverlos.

En lo que respecta al programa de radio, se emplea un tono coloquial y sin palabras rebuscadas. En coincidencia con López Vigil (2000), los integrantes de Deportivo Undav consideran que hablar por radio es emocionar, penetrar en los sentimientos sin limitarse a lo afectivo o la esperanza: también vale la angustia y el dolor. En resumen, lo afectivo es lo efectivo.

El arte de hablar en radio se basa en utilizar palabras concretas, que se toquen, se muerdan, tengan peso y medida: el lenguaje radiofónico es descriptivo y narrativo. Nuevamente en coincidencia con López Vigil (2000), el desafío singular para quienes hacen radio es hacer ver a través del oído, quien despierta la imaginación.

Los estudiantes que integran este proyecto periodístico apuntan a promover y desarrollar un periodismo comprometido con la sociedad civil, garantizando asimismo la honestidad intelectual y profesional. Por eso mismo la objetividad se relaciona íntimamente con la responsabilidad de la profesión: el deber de informar verazmente.

Bajo esta órbita de producen y difunden los contenidos de Deportivo Undav. El nuevo periodismo exige una nueva profesión, basada en buscar información o investigar sobre hechos ocultos u ocultados (López Vigil, 2000). El criterio de selección y priorización de las noticias no es más que el de la proximidad a nuestra audiencia: público universitario y territorio bonaerense.

OBJETIVO GENERAL:

-) Dar cuenta de la importancia que implica trabajar con la comunidad de Avellaneda y localidades aledañas en la formación de futuros profesionales comprometidos con el territorio a través de organizaciones y clubes de barrio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-) Brindar el espacio a entidades barriales para dar a conocer su historia, sus actividades y problemáticas.
-) Elaborar contenidos periodísticos deportivos que se desliguen de los temas de actualidad de los medios masivos de comunicación.
-) Incentivar a los estudiantes a que lleven a cabo sus primeras experiencias en medios de comunicación, lo cual implica además salir a territorio a buscar la noticia.

ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS DEL PRODUCTO PERIODÍSTICO

Las columnas de dicho proyecto educativo engloban deportes desde el rugby, el boxeo, básquet, el tenis, hasta deportes olímpicos como la natación, el hockey y el atletismo. Toda la información está ligada al ámbito local o nacional, sin importar edad ni sexo. En el caso del fútbol, el cual es considerado para este medio como la práctica que más espacio ocupa en los grandes medios, se lo menciona dejando de lado la lógica resultadista.

Desde sus inicios hasta hoy, y en coincidencia con López Vigil (2000), Deportivo Undav se pregunta: ¿Qué tal si hacemos públicos los éxitos desconocidos de muchos ciudadanos o ciudadanas que han mejorado su calidad de vida y han contribuido en cierto aspecto a mejorar la de sus compatriotas?

En ese sentido, el programa periodístico cuenta con una sección denominada “**¿Quién Fue?**” que está destinada a narrar historias de personalidades destacadas del deporte o el periodismo deportivo a nivel nacional y continental, con la finalidad de revivir o conocer desde otro aspecto a aquellos individuos que han dejado su huella en el mundo deportivo.

Esta sección, que puede desarrollarla cualquiera de los integrantes del programa, en términos de Rincón (2013) requiere de un trabajo de diversidad de fuentes, confirmar lo dicho con datos y hechos, ofrecer un contexto, investigar para comprender lo que se informa y brindar diversos modos de interpretación.

Lo mismo ocurre con la sección “**Cultura Deportiva**”, la cual es quincenal y propone una visión más bien cultural del deporte: de qué forma o cómo a partir de este mismo se desarrollaron películas, producciones musicales y trabajos literarios. En este sentido

agrega Stella Calloni (2011) que es importante promover un periodismo donde el lenguaje juegue su juego uniendo diversos géneros.

Una tercera sección y estrechamente ligada a uno de los ejes del programa es aquella que se denomina “**Deportivo por el Barrio**”. La misma es un espacio destinado a organizaciones y clubes de barrio, con la finalidad de dar a conocer sus historias, orígenes, actividades; etc. La misma también es quincenal al requerir de un trabajo de investigación y trabajo en territorio.

En términos de Mata (2009), con dicha sección se pretende reconocer a actores que pugnan por hacerse ver u oír, expresar lo que busca con una palabra más clara y distinta. En definitiva, promover una articulación con las organizaciones y consecuentemente establecer un diálogo de saberes que se orienten hacia la construcción de demandas sociales.

EN RELACIÓN A LAS PLATAFORMAS DIGITALES.

Los integrantes de Deportivo Undav concibieron los primeros 4 meses de trabajo como “modo piloto”. Esto quiere decir, un trabajo a prueba y error que luego en reuniones posteriores o previas al programa se fueron modificando o agregando herramientas.

Iniciado este ciclo lectivo, el colectivo de trabajo propuso idear un sitio web de redacción periodística para extender el producto a otras plataformas y fomentar la práctica de escritura que tiene enorme trascendencia en el ámbito periodístico. Asimismo y en coincidencia con Mancini (2012), los estudiantes e integrantes de este proyecto consideran propicio adaptarse a dichas plataformas las cuales brindan nuevas posibilidades para la distribución de producto y servicios culturales.

Frente a este panorama agrega Ramonet (2011) que el consumo de información online en las web informativas de Internet ya supera al de la prensa escrita, por lo que Deportivo Undav considera oportuno expandirse a la plataforma digital Wordpress para volcar contenidos y secciones generados desde el programa radial, además de no contar con un sustento económico que posibilite lanzar un periódico o revista.

En referencia a las redes sociales, comenta Agosto Maldonado (2017) que todos cuentan con un propósito en particular, pero en la mayoría de los casos coinciden en informar, promover un contenido, entretener y educar.

En sus comienzos, este proyecto solamente contaba con una cuenta en Facebook para difundir resultados de partidos de fútbol y tenis a nivel profesional e internacional. Frente a esta disidencia con la idea del programa, dicha plataforma se comenzó a utilizar para difundir las producciones elaboradas en la radio y replicadas en el sitio web.

Agrega Agosto Maldonado (2017) que dicha plataforma es una excelente opción para mostrar contenido generado en portales de noticias ya que pueden convertirse en virales con la exposición que se le dé mediante las acciones “me gusta” o “compartir”.

Previamente a iniciar la segunda temporada, se optó por expandir el producto a Twitter (La rapidez con que se transmite un tuit supera a gran escala el proceso de publicación de un portal de Internet, de un periódico y de un comercial de televisión) e Instagram (compartir imágenes de noticias desarrolladas en el programa acompañados por una bajada y una etiqueta). Las mismas se utilizan en coincidencia con la afirmación de Mancini (2012) quien explica que internet impugna al tiempo y está transformando el diseño de la vida cotidiana.

Precisamente es la vida cotidiana de la audiencia la que se transforma, se fragmenta y se expande, por lo que se rediseñan espacios urbanos y ambientes profesionales, familiares y domésticos: los productos periodísticos ahora se consumen en todo momento y desde cualquier parte (Mancini 2012).

Resulta imprescindible pensar y aprovechar las redes sociales para que Deportivo Undav sepa complementarse a estos cambios vinculados a la consumición de información. La extensión ya no es sinónimo de información afirma Mancini (2012)

De modo accesorio, Rincón (2013) subraya que las mejores historias se están contando en internet y con celulares. Pero lo más relevante es que las elabora la gente, el público. Nace un periodismo que se rige por criterios de sociedad, comunicación, cultura libre y abierta, caracterizado por ser digital, en red, multimedia e interactivo.

Deportivo Undav apunta a promover este nuevo modo de hacer periodismo, el cual apunta a la transparencia, el uso de redes que comparten contenidos y promocionan la agenda, las múltiples voces y mundos paralelos, además de desafiar la censura mediática y fomentar la libertad de expresión.

Frente a este panorama resulta clave volver a hacer un periodismo que moleste a los poderes y cambie de foco, piense de otra forma y se valga de las tecnologías pero volver al territorio y trabajar en conjunto con la comunidad (Rincón, 2013).

CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS A FUTURO.

Deportivo Undav está cercano a cumplir un año de vida y el trabajo realizado hasta la fecha refleja que en la comunidad de Avellaneda es fundamental el trabajo colaborativo y comunitario en materia de comunicación, propiciando contenidos locales, ya que un programa radial con información de éstas características complejiza la actualidad informativa.

Siendo esta localidad tan rica en historia deportiva y cultural, desde este producto periodístico se apunta a brindar el espacio para que la comunidad alce su voz y no quede en un simple murmullo.

A partir del trabajo realizado con las organizaciones y clubes de barrio se pudo observar que fueron las producciones que más impacto y reconocimiento tuvieron en el ámbito universitario y en la comunidad, por ser espacios donde las personas se desarrollan humana y físicamente.

Se continúa consolidando el vínculo con dichas entidades y se prevé comenzar a trabajar con el deporte universitario (no solo el practicado en la Universidad Nacional de Avellaneda, sino a nivel nacional), mediante acuerdos que promuevan el intercambio de información y se promueva la producción de conocimientos.

BIBLIOGRAFÍA

- J MATA, María Cristina (2009). “*Comunicación Comunitaria en Pos de la Palabra y la Visibilidad Social*” en “*Construyendo Comunidades: Reflexiones Actuales Sobre Comunicación Comunitaria*” La Crujía Ediciones.
- J CREPAZ, Paolo (2015). “*Introducción*” en “*Desarrollo Social A Través del Deporte*”. Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador.
- J CIPOLLI, Paolo (2015). “*¿Es posible la fraternidad en el deporte?*” en “*Desarrollo Social A Través del Deporte*”. Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador.
- J CÁNEVA, Virginia y MENDOZA JAUFRET, Hernán (2007). *Capítulo 2: El club social nace, crece y se transforma junto a la ciudad*” en “*Clubes platenses:*

- al rescate de lo colectivo*". Tesis de Grado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.
- J CÁNEVA, Virginia (2012). "*Locales vs. Visitantes. Prácticas deportivas y apropiación identitaria*" en "*Culturas populares y deporte. Una mirada sobre la dinámica social y la práctica periodística*". Cuaderno de Cátedra. Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.
- J TOMMASINO, Humberto (2014). "El rol de los estudiantes en los procesos extensionistas" en Publicación del VI Congreso Nacional de Extensión Universitaria. UNR Editora. Pp. 40-48
- J BALÁN, Eduardo (2014). "*Modelos educativos y modelos de desarrollo*" en Publicación del VI Congreso Nacional de Extensión Universitaria. UNR Editora. Pp. 67-77.
- J RAMONET, Ignacio (2003). "*El Quinto Poder*"
- J LACUNZA, Sebastián (2016). "*Pensar el Periodismo*" Ediciones B Argentina.
- J COSSA, Roberto (2010). Entrevista en "*El Oficio del Periodista*" de Julio Ferrer. Editorial Punto de Encuentro. Pp. 91-98
- J CALLONI, Stella (2010). Entrevista en "*El Oficio del Periodista*" de Julio Ferrer. Editorial Punto de Encuentro. Pp. 33-55
- J LÓPEZ VIGIL, José Ignacio (2009). "*Manual urgente para radialistas apasionados*" Quito, Ecuador.
- J RINCÓN, Omar (2013). "*El periodista DJ es el medio*" Capítulo 1 en Luchessi, L. Calidad Informativa: Escenarios de postcrisis. Buenos Aires. Editorial la Crujía.
- J MANCINI, Pablo (2012). "*La audiencia*" y "el tiempo" en Hackear el Periodismo: Manual de Laboratorio. Editorial la Crujía.
- J RAMONET, Ignacio (2011). "Crisis de identidad" en La Explosión del Periodismo: de los medios de masas a la masa de medios. Ediciones Galilée.
- J AGOSTO MALDONADO, LILIAN (2017). "*Redes Sociales*" en Guía de Periodismo en la era digital. Un proyecto del programa "Líderes Digitales" del Centro Internacional Para Periodistas. Washington DC. EE.UU.