



**Análisis de redes comunicacionales entre productores y organizaciones institucionales durante los últimos 10 años en el sur de la provincia de Santa Fe. Seis casos.**



Marisa Gonnella  
Adhemar E. Pascuale\*  
Claudia M. Torres Zanotti\*

Recibido: Agosto 2011 – Aceptado: Octubre 2011

✉: [mgonnel@unr.edu.ar](mailto:mgonnel@unr.edu.ar)

\*Los datos del presente trabajo fueron recopilados a través de seis trabajos realizados por alumnos de segundo año de la Carrera de Ingeniería Agronómica de la Universidad Nacional de Rosario, cuyos nombres se transcriben al final de este artículo.

## INTRODUCCIÓN:

Desde el año 2005 las cátedras de "Extensión Rural" y "Taller de Integración I: la investigación en las Ciencias Naturales y Sociales" de la Facultad de Ciencias Agrarias de la U.N.R. comenzaron un trabajo conjunto con el fin de desarrollar y analizar en el tiempo las redes comunicacionales que se establecen entre productores agropecuarios y distintas instituciones agrarias de la región sur de la provincia de Santa Fe. De ese trabajo conjunto surgen los datos que aquí se detallan.

Es importante destacar que en este emprendimiento se involucran docentes, tutores y grupos de alumnos, a partir del planteamiento de una problemática concreta, la mayoría de las veces, propia de la región que habitan los mismos estudiantes.

Abarcar temas sociales no es tarea sencilla en una Institución cuya preminencia es la formación técnica, menos aún pensar al productor *"en su condición de ser histórico-social, experimentando continuamente la tensión de estar siendo para poder ser y de estar siendo, no en forma mecánica, no sólo lo que hereda sino también lo que adquiere."* Freire, P. (1996).

Se trabajaron con productores e instituciones de las localidades de Maciel; Bernardo de Irigoyen; Pujato (2 casos); Casilda; Carcarañá y Fuentes (2 casos), todos de la provincia de Santa Fe.

Cuando se retoman y problematizan temas referidos al flujo de la información y de la comunicación en el ámbito rural, es necesario ver cómo sus actividades, hoy, están atravesadas e influenciadas por el desarrollo de las Nuevas Tecnologías enmarcados en los ciclos de crisis económico-sociales por los que atravesó, en la última década, nuestro país.

En las crisis se instalan condiciones nuevas que tensionan internamente las organizaciones y por ende, las relaciones de estas con el medio ambiente socio-rural. Para nuestro trabajo, sólo fue necesario centrarnos en cómo estas instancias críticas afectaron el normal flujo de los mensajes instalados en el medio.

El lugar histórico en el que se encuentran las voces de los actores e instituciones participantes, representa los intereses y el tipo de participación de cada uno de ellos, contextualizados en la relación, siempre cambiante, de producción- necesidades-consumo-flujo de la información.

Las características de la producción local, los imaginarios acerca de las relaciones públicas y privadas y el sentido de pertenencia de los propios productores, son tópicos que se necesitan

a la hora de describir y analizar los contactos que se dan en cada una de las localidades trabajadas.

La posibilidad de describir prácticas comunicativas participativas o dominantes surge, precisamente, del análisis previo de ese contexto antes descrito.

*"La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de los medios audiovisuales). Es a través de este proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria."* Kaplún, M. (1987).

Para nuestros alumnos fue necesario introducir la problemática de los medios masivos en la construcción de los nuevos modelos de comunicación, que, a partir de la instalación de las nuevas tecnologías, modifican el ir y venir de los mensajes.

*"... los denominados medios comunitarios (radios, televisión, telecentros) son, sin duda, impulsores privilegiados de la comunicación participativa para el desarrollo. Desde sus orígenes, a finales de la década de los años cuarenta, hasta los trabajos teóricos de sistematización más recientes, de investigadores como Nicolás Jankowski (2002), y de Peter Lewis (2008), los medios comunitarios se caracterizan por la centralidad que ocupa la participación de la ciudadanía no sólo en la construcción de los mensajes que se difunden, sino en su gestión y en los procesos de cambio social que se impulsan desde estos medios."* Sáez, V.; (2010).

El ámbito cotidiano de encuentro que viven los actores agrarios, sumidos en una sociedad mediatizada y consumista, permeabiliza la generación de nuevos espacios sociales que son necesarios definir, con el fin de diseñar y fomentar prácticas que ayuden a incrementar la participación democrática de todos ellos.

Es por sus lugares de encuentro como una comunidad respira y se hace oír.

Desde el ámbito universitario, describir problemáticas concretas, ir al encuentro de las voces que dan cuenta de esas realidades y traer su palabra para el posterior análisis y discusión, es un primer paso para cambiar la visión tradicional de la extensión institucional respecto de la concepción unidireccional de los mensajes.

*"La sociedad del conocimiento, confundida y suplantada por la sociedad de la información, no asume, en muchas oportunidades, la complejidad y diferencia cultural como clave de transformación y cambio social. En este contexto, a la educación se le presentan diversos desafíos frente a la crisis de la post modernidad y los accesos neotecnológicos de las técnicas pos mediáticas de información."* Echeto (2010).

## **METODOLOGÍA:**

Con los datos recopilados por los grupos de alumnos a lo largo de estos cinco (5) años, se describió fundamentalmente los diferentes canales comunicacionales instalados entre las institucionales analizadas y los productores de la zona, estén o no asociados a las mismas. Se observó cómo los productores/as reciben información, cuáles son los temas que consideran más importantes para su actividad y cuáles son los medios por los cuales acceden a la misma.

La recopilación de la información, se llevó a cabo mediante muestreos al azahar, determinando el universo de productores de cada zona.

Se realizaron entrevistas con productores y con informantes calificados; se elaboraron cuestionarios y se revisaron y seleccionaron datos secundarios, suministrados por organismos gubernamentales y no gubernamentales.

## **EXPERIENCIAS Y DESARROLLO DE CASOS:**

### **CASO 1: MACIEL Y BERNARDO DE IRIGOYEN**

El objetivo de este primer trabajo conjunto fue determinar el accionar de los actores de la producción de esta región se trabajó la percepción que tenían los Ingenieros Agrónomos de ambas localidades, acerca de los conocimientos que poseían los productores, al momento de incorporar o no nueva tecnología.

En una primera instancia de la investigación, se toma contacto con los Ingenieros Agrónomos, con el fin de indagar sobre de los conocimientos que ellos consideraban tenían los productores respecto del cultivo de la soja, producción predominante.

Luego se realizó un censo de profesionales Ingenieros Agrónomos que se desempeñaban en dichas localidades, con el fin de tomar conocimiento de la cantidad de técnicos que trabajaban en la zona.

En esta oportunidad, se pudieron entrevistar a todos los Ingenieros Agrónomos que trabajaban en ambas localidades y que tenían inserción laboral en instituciones tanto públicas como privadas, relacionadas a la producción agropecuaria.

Se exploró desde el lugar institucional que se confiere al profesional respecto de las actividades de extensión y asesoramiento técnico en la construcción de canales de información con los/as productores/as.

Se indagó sobre las condiciones que posibilitan la formación de nuevos canales de comunicación que hagan más participativa la relación entre instituciones-productores.

Los resultados obtenidos dan cuenta de que el 50% de los Ingenieros realizaba visitas frecuentes a los productores; el 25% realizaba visitas con una frecuencia moderada (cada 15 días) y el resto (25%) muy poco frecuentes (sólo una vez al mes).

Con relación a las consultas realizadas por los productores a los Ingenieros Agrónomos, se registró que el 49% de los Ingenieros Agrónomos era visitado por los productores al menos una vez por semana; el 38% era visitado cada 15 días y el resto (13%) sólo una vez por mes.

Como puede apreciarse, si comparamos estos resultados, son muy similares las frecuencias de consulta, tanto partiendo de los profesionales como de los productores.

Los medios de acercamiento implementados por las instituciones fueron fundamentalmente charlas informativas (representaron el 75%). Es importante destacar el gran número de productores que asistieron a las mismas y el grado de participación que tuvieron. De estos intercambios, surge la percepción de los Ingenieros respecto del conocimiento de los productores: el 75% considera que los productores de la región son conscientes de los aspectos tecnológicos aplicados al cultivo de soja, sin embargo no siempre adoptan nueva tecnología, esto último por motivos netamente económicos.

En cuanto a cómo los/as productores/as realizan las prácticas con la incorporación de esta nueva tecnología, el 63 % de los Ingenieros encuentra que existen diferencias entre los arrendatarios y los propietarios de campos, considerando que estos últimos tienen más posibilidades (económicas) para realizar las prácticas costosas.

Los profesionales manifiestan que los tiempos y las prioridades que establece el cultivo de soja hacen que las convocatorias a mayor participación se restrinjan. Es por esa razón que pasan a un primer plano las charlas regionales multitudinarias.

Al ser la soja el cultivo de mayor importancia en la región, la difusión de nuevo conocimiento acerca de la misma y sus prácticas, es lo que predomina en los medios de comunicación dedicados a temas agropecuarios.

## CASO 2: PUJATO

En este caso, se decidió explorar la incidencia en los nuevos canales de información y comunicación adoptados, a partir de la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de Extensión.

Se realizaron un total de 36 encuestas a productores de la zona. Los datos obtenidos de las mismas se complementaron con otros obtenidos de entrevistas en profundidad a productores seleccionados al azar.

En esta región se vio la adopción, por parte de los productores, de una nueva práctica, la de siembra directa, en remplazo de los sistemas de labranza tradicionales. Se trabajó sobre el cultivo más difundido: la soja.

Como esta ingresa en la región a fines de los años setenta, se indagó sobre cómo la adquisición del nuevo paquete tecnológico modificó una práctica tradicional de años, rompiendo con concepciones históricas de varias generaciones.

Con respecto a cómo se recibe información sobre este tema desde una institución pública, las charlas siguen siendo el medio de mayor convocatoria.

Con relación a la influencia que ejercen los medios tanto públicos como privados en los productores (otro de los temas abordados) los resultados fueron los siguientes: Instituciones Privadas: 72.5% Instituciones Públicas: 25 %. Instituciones ni privadas ni públicas: no reciben ningún tipo de información.

Como en este tema entran a jugar intereses de organizaciones privadas, fundamentalmente por la venta de insumos en la práctica de siembra directa, en el año de realización del trabajo (2005), los productores visualizaban a estas las empresas por la cantidad de charlas que las mismas brindaban.

De esta manera, se puede concluir que la participación de las instituciones estaba centrada en las charlas a los productores, en momentos clave para la venta de insumos según el cronograma de siembra.

### **CASO 3: CASILDA**

Aquí se trabajó sobre las redes de información y comunicación empleadas por Agencias de Extensión de la localidad.

Se llevó a cabo un relevamiento sobre el universo de productores de la zona, influenciados por la Agencia de Extensión Rural de INTA. Encuestados los productores, se obtuvo que la mayoría de los ellos recibía información proveniente del INTA Casilda.

Respecto de la periodicidad de esta información, la mitad de los productores (49%) la recibían de forma semestral., demostrando una falta de hábito hacia la lectura. En orden de preferencias, siguen los productores que optan por recibir mensualmente información respecto a los temas técnicos e institucionales que inciden en sus producciones y actividades cotidianas.

Con relación a los medios por los cuales se informan, del total de productores (40), 35 expresaron que acuden a las charlas que se organizan en la región; 22 de ellos se informan a través de los medios masivos (fundamentalmente radio y canales locales); 20 reciben y leen folletos suministrados por la Institución y 24 acuden a reuniones a campo. Con respecto a la aplicación de estos nuevos conocimientos en sus prácticas habituales, 48 productores respondieron aplicar la información en los cultivos que realizan, 28 en maquinarias y 12 en comercialización.

En cuanto a la incorporación de nueva tecnología, 40 productores (total de los encuestados), incorporan insumos, 39 consideran que incorporan técnicas además de insumos y 32 incorporan sólo maquinarias.

#### **CASO 4: CARCARAÑÁ**

Siguiendo con el análisis acerca del flujo de información y los medios utilizados por las diferentes instituciones para llegar a los productores, se analizan los cambios operados en la Agencia de Extensión INTA Carcarañá.

Se realizaron 50 encuestas a productores/as, a partir de un muestreo previo. Se complementó la información obtenida, con entrevistas en profundidad a informantes calificados.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 84% de los productores decidió recibir la información que el INTA les brinda por considerarla valiosa. La mayoría de ellos (33 productores) recibe información proveniente de los medios masivos de comunicación (internet, radio, tv) y de charlas. Le siguen, en orden de importancia, las reuniones a campo. El uso de TV, radio e internet (medios masivos), evidentemente favorece el contacto entre los profesionales y los productores. Se destacan los encuentros presenciales, ya sea a través de charlas (lo mencionan 30 productores) o bien, a través reuniones organizadas a campo (26 productores).

A la mayoría de los productores (90%) le es de utilidad la información que reciben y la aplican en sus actividades cotidianas. El resto decide aplicar y confiar más en sus conocimientos tradicionales, transmitidos a través de generaciones, o bien tomar algunos elementos y otros no, según los intereses y criterios del momento.

Se reparten casi en la misma proporción los productores que reciben información mensual y semanalmente, expresando que llegan en tiempo y forma respecto de las actividades a realizar.

Se puede decir que los cambios tecnológicos de la última década, agilizan el acceso a la información, más no siempre traen consigo condiciones de comunicación que hagan más participativa la relación entre productores e Instituciones.

## CASO 5: PUJATO

En este caso, se analizó la información brindada por una de las Cooperativas de la región. Se trabajó con los/as productores/as asociados a la misma mediante la realización de encuestas. Se complementó la búsqueda de datos con la realización de entrevistas en profundidad a informantes calificados.

En este caso, la periodicidad de la información recibida por los productores varió con respecto a los casos anteriores, acentuándose la recepción de información diaria (42%) y semanal (38%). El resto manifestó recibir mensajes mensualmente.

La información brindada por la Cooperativa es aplicada para diferentes fines, destacándose mayoritariamente aquella para la utilización de insumos; la elección y uso de técnicas de manejo; conocimientos meteorológicos; enfermedades y tratamiento de los cultivos.

La mayoría de los productores (59%) recibe la información a través de charlas que brinda el Ingeniero Agrónomo a cargo de la Cooperativa; este medio es uno de los preferidos, debido a que en esos encuentros, cada productor puede expresar sus inquietudes o comentar lo realizado en sus prácticas, siendo esto, de gran utilidad tanto para el Ingeniero como para los demás productores asistentes al encuentro. Este es un punto a destacar, especialmente en tiempos donde las tecnologías median entre los individuos, condicionándolos. Destacar el encuentro cara a cara fue lo más representativo para este grupo de estudiantes.

Siguiéndolo en orden de importancia, encontramos los folletos (47%) e Internet (33%), como medio de contacto entre la Cooperativa y el productor.



## CASO 6: FUENTES

En este caso se llevó a cabo un trabajo de tipo comparativo entre dos Cooperativas existentes en tiempos diferentes: la Cooperativa Magnani, quien operó hasta el año 2001 y la Cooperativa Agricultores Federados Argentina (AFA), quien opera en la actualidad. Fue necesario para esta actividad contactar actores que hubieran participado en ambas Cooperativas. De esta manera el espectro de productores era heterogéneo desde el punto de vista etario.

Los resultados dieron cuenta de que actualmente el medio más utilizado es el celular (95.23%), apareciendo esta nueva tecnología por primera vez en nuestros estudios. Le siguen, en importancia, las asambleas (42.85%), luego los medios de difusión masiva, radio (38.09%), revistas (28.57%) y TV (23.80%) respectivamente. El uso de internet tiene una participación relativamente baja (14.28%). Este último dato fue el que más sorprendió a los estudiantes involucrados en esta experiencia.

Fue necesario para este trabajo caracterizar a los productores registrados en la Cooperativa respecto de la superficie trabajada. Las categorías asignadas fueron las siguientes:

- **Pequeños:** poseen en propiedad o arrendamiento menos de 100 has y representan el 52,38%.
- **Medianos:** trabajan en superficie entre 101, y 370 has representando el 38,09%.
- **Grandes:** trabajan en superficie más de 370 has y representan el 9,52% de los productores.

Con respecto a la primera Cooperativa, se puede decir que el medio más utilizado era la radio, siendo el más popular y tradicional. En la actualidad la incursión de la telefonía celular ha tenido gran impacto y se puede considerar como un medio utilizado por todos, independientemente de la edad, marcando las primeras diferencias entre las instituciones analizadas.

Se observa una importante diferencia, también, entre las formas de llegar hacia los productores asociados a ambas Cooperativas, en los dos períodos de tiempo estudiados. De los datos relevados se puede decir que la actual Cooperativa tiene nuevas formas y herramientas tecnológicas que le permiten llegar a un número mayor de productores en menor tiempo. Esta disponibilidad tecnológica, sin embargo, no significa que conlleve mayor identificación institucional, o que efectivice una mayor participación.

## CONCLUSIONES:

Hasta el momento, de los casos estudiados y analizados, se pueden destacar los siguientes aspectos:

1. El flujo de la información entre productores e Instituciones del sur de la provincia de Santa Fe se ve influenciado en la última década por la incursión y adquisición de nuevas tecnologías de la comunicación.
2. Las charlas siguen siendo en la región una herramienta tradicional e irremplazable de contacto entre los actores rurales.
3. La información proveniente de Instituciones Privadas está íntimamente ligada a intereses económicos.
4. La soja, como cultivo más extendido de la zona, es quien concentra mayores notas a la hora de difundir mensajes.
5. De las nuevas tecnologías, la más popular, independientemente del ingreso económico de los usuarios, es el celular. No así el uso de Internet, más ligado a los bienes materiales y conocimientos requeridos para su uso.
6. Se encuentran diferencias entre los mensajes provenientes de Instituciones Públicas y de Instituciones Privadas. Estas últimas más centradas en la comercialización de productos y no en el logro de prácticas más democráticas y participativas.
7. La periodicidad de los mensajes oscila entre informaciones semanales, quincenales y mensuales.
8. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación establecen instancias puntuales de contacto, más difíciles de mantener en el tiempo como un proceso.
9. Trabajar desde procesos de Extensión, como requieren las propuestas de Desarrollo Sustentables, es trabajar la información para lograr procesos de comunicación en los que se pueda reflejar la reflexión-acción, para que esta se incorpore al cuidado del medio y en la heterogeneidad de productores que se constituyen en los espacios rural-urbano en que se desempeñan los actores de las producciones en un ámbito cotidiano de interacción.
10. El análisis de la información, de los medios, su circulación entre los actores y lo expresado por ellos como las preferencias en comunicación, como el encuentro en donde es posible articular la palabra como medio de hacerse escuchar, desde sus experiencias, sigue siendo hoy día un aspecto, significativo para trabajar en los procesos de intervención que posibiliten mejorar condiciones del medio, que no se centran solo en los aumentos de producción.

## NOTAS:

Trabajos realizados por los alumnos, a partir de los cuales se elaboró el presente artículo:

- [1] Carrera, D.; Del Grande, C.; Di Pego, J.; Gentile, F.; La percepción de los Ingenieros Agrónomos acerca de los conocimientos de los productores que incorporan tecnología; Facultad de Ciencias Agrarias, U.N.R.; Argentina;(2005).
- [2] Nardi, G.; Herrera, M.; Pierucci, L.;Torrero, M.; Varela,M.; Zervarini, L.; Incidencia de las acciones de Extensión en la adopción de tecnología en los productores de la zona de Pujato; Facultad de Ciencias Agrarias; U.N.R.; Argentina; (2005).
- [3] Cortés, H.; Falcinelli, N.; Meroi, E.; Petrelli, F.; Investigación y formas de comunicación Empleados por las agencias de Extensión para los temas agropecuarios; Facultad de Ciencias Agrarias; U.N.R.; Argentina; (2006).
- [4] Calliet Bois, E.; Serra, E; Silveti, P.; Visan, E.; Los cambios en las formas de comunicación entre el INTA Roldan y los productores de la zona de Carcarañá (Provincia de Santa Fe) en los últimos cinco años. Facultad de Ciencias Agrarias. U.N.R.; Argentina; (2007).
- [5] Ansaldi,M.; Cabrera,N.; Cortés,N.; Gomez Centurión,S.; Jacques,A.; Lancioni,G.; Lonardi, G.; Análisis de la información brindada por la cooperativa Agropecuaria de Pujata sobre los pequeños y medianos productores Agrícolas Asociados. Facultad de Ciencias Agrarias. U.N.R.; Argentina;( 2008).
- [6] Alvarez,A.; Bertolotto L.; Cardiel,P.; Castellano,M.; Cuello, C.; Gaetani,C.; Giorgi,A.; Análisis del Estilo de Comunicación de dos cooperativas de Fuentes (Pcia. de Santa Fe) con productores agropecuarios de la región en dos períodos de tiempo; Facultad de Ciencias Agrarias. U.N.R.; Argentina; (2009).

**BIBLIOGRAFÍA:**

- [1] Cimadevilla, G.(2004) Dominios crítica de la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable. Editorial Prometeo , Buenos Aires. Argentina.
- [2] Echeto, V.; (2010).Educación, cambio social y comunicación, análisis desde la construcción de identidad producto de las transformaciones tecnológicas. Razón y Palabra. Estudios cinematográficos : revisiones teóricas y análisis. Número 71. Primera revista Electrónica en América Latina especializada en Comunicación. [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)
- [3] Follari, R (2001).Estudios culturales, transdisciplinariedad, e interdisciplinariedad. (¿hegemonismo en las Ciencias Sociales latinoamericanas?). Artículos y ensayos. Utopía y praxis Latinoamericana. Año 6.Núm.14 pag 40-47.
- [4] Freire, P. (1996).Política y Educación. Editorial Siglo XXI , México.
- [5] García Bravo, H.(1997) Comunicación, vida cotidiana e identidades urbanas en S.L.P.,en tiempos de la globalización. Revista Razón y Palabra. Generación Mc Luján Edición especial, Mexico. [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)
- [6] Gonnella, M.; Torres, C. (2006).Comunicación en lo agrario: sujetos-actores en la participación de la comunicación. ALAIC (Asociación Argentina de Investigadores en ciencias de la Comunicación). San Leopoldo, Brasil.
- [7] Gonnella,M.; Pascuale, A.; Torres,C. (2008).Configuración de Actores y sujetos de la información – comunicación desde los programas y las producciones. Congreso ALAIC 2008. México.
- [8] Kaplum, M. (2008) Procesos educativos y canales de comunicación. Fecha de referencia. Inédito.
- [9] Manzanal, M. (2004). Instituciones, territorio y gestión del desarrollo rural local (Teoría y praxis desde la realidad del norte Argentino). VIII Seminario Internacional de la red Iberoamericana de Investigadores sobre globalización y territorio (RII).Universidad Nacional de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras. Buenos Aires.
- [10]Massoni, S.; Mascotti, M.(2002). Apuntes acerca de la Comunicación en un mundo Fluído. En Comunicación, Tecnología y Desarrollo. Discusiones y perspectivas desde el sur.Compilador Cimadevilla, G. Editado por Universidad Nacional de Río IV.
- [11]Mattelart A; Mattelart, M.. (1997).Historias de las teorías de la comunicación. Ed. Pidós, Barcelona, España.
- [12]Medraza, F.; Bilbao, R. (2010). Las nuevas tecnologías de la información y comunicación en educación. Fundación CIPECC. Buenos Aires. Argentina.
- [13]Petra, C.; Hegedus, P.; Vela, H.; Machado J. A.D (2006). La comunicación en la Extensión Rural: nuevos desafíos para el desarrollo Rural. Comunicación, Desarrollo y Tecnología. Compilador Cimadevilla, G. Universidad Nacional de Río Cuarto. Córdoba. Pag.216-236.
- [14]Sáez Mari, V. M. (2010). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y supuesta en práctica en los medios comunitarios. Razón y Palabra. Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis. Número 71. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)
- [15]Safar, E. (2001). La Comunicación en el pensamiento de Paulo Freire. Investigaciones de la comunicación. Número 13. Vol. 1. Caracas. Venezuela.
- [16]UNESCO (2005).Hacia las sociedades del conocimiento. Ediciones UNESCO.
- [17]Vich, V. y Zavala, V.(2006). Oralidad y Poder. Herramientas metodológicas. Ed. Norma; Bs. As.; Argentina.
- [18]Zavolo, P. (2006).El papel de las multinacionales en la economía globalizada. pp. 5-7. Cap. El poder global. Revista Pueblo número 22. Edición especial. Madrid. España.