

## PLAN DE TRABAJO PROPUESTO

### **“La comunicación digital institucional en la Educación Superior: estudio comparativo de propuestas curriculares de carreras de grado y de posgrado de Universidades Argentinas”.**

*“Institutional digital communication in higher education: a comparative study of curricular proposals for graduate and postgraduate careers of argentinean universities”.*

**Línea:** Equipos de trabajo consolidados (Consolidar) - 4 (cuatro) años (2018-2022)

#### **Equipo:**

*Director:* Dr. Alejandro Álvarez Nobell

*Integrantes responsables:* Lic. María Fernanda Cárcar (doctoranda); Lic. Lilian Viviana Páez (doctoranda); Lic. María Luisa Saavedra Alfaro.

*Integrante en formación:* Lic. María Soledad Boiero

*Integrantes colaboradoras:* Lic. Lucía Candelaria Casabella; Lic. María Belén Iriarte; Lic. Angela Antonella Moriconi.

#### **A. INTRODUCCIÓN**

Se parte de la siguiente temática: COMUNICACIÓN DIGITAL EN INSTITUCIONES / ORGANIZACIONES: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PROGRAMAS DE ASIGNATURAS AFINES DE CARRERAS DE GRADO Y DE POSGRADO DE DEPENDENCIAS UNIVERSITARIAS INTEGRANTES DE REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social)<sup>1</sup> Y FADECCOS (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social)<sup>2</sup> DE ARGENTINA, EN LA ACTUALIDAD.

Esta investigación busca conocer las relaciones entre los programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado que abordan la comunicación digital en instituciones/organizaciones, respecto a los ejes temáticos y desarrollos teóricos de cada uno. El ámbito de estudio abarca inicialmente 46 dependencias universitarias integrantes de REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social) y FADECCOS (Federación Argentina de carreras de Comunicación Social) de Argentina, en la actualidad.

Se identificarán los ejes temáticos de cada uno de los programas de asignaturas de grado y de posgrado que integran el universo (o población) de estudio a los fines de reconocer los desarrollos teóricos de cada uno de dichos programas. Posteriormente se llevará a cabo una comparación de los programas de asignaturas de grado y de posgrado de cada dependencia respecto a los ejes temáticos identificados y los desarrollos teóricos reconocidos. Se considera que de tal modo se podrá conocer el grado de continuidad en el campo de conocimiento entre los dos niveles de formación de cada dependencia y así configurar un panorama amplio de la enseñanza superior de la Comunicación Digital Institucional en Argentina.

Asimismo, el estudio permitirá la transferencia de conocimientos específicos de las propuestas académicas existentes sobre el tema -y la relación entre las ofertas de contenidos en el grado y el posgrado- a las distintas facultades, escuelas y carreras que en sus planes de estudio poseen materias afines (integrantes de REDCOM y de FADECCOS), y en particular a la Facultad de Ciencias de la Comunicación (y la Orientación de Comunicación Institucional de su carrera de Licenciatura de Comunicación Social) de la Universidad Nacional de Córdoba.

Nuestro campo objeto de estudio es el de la enseñanza de la Comunicación Digital Institucional en el contexto académico de grado y de posgrado universitario nacional. Dicho campo –desde la perspectiva de Bourdieu (1991)- podría entenderse como un espacio de lucha por definir lo legítimo en la producción/transmisión de conocimientos y en la forma de hacerlo. Este campo se desarrolla en un proceso histórico constituido por relaciones de desigualdad y conflictividad. Las relaciones de fuerza se establecen entre actores (individuos, grupos, organizaciones, estamentos institucionales, niveles de formación, etc.) que luchan por la definición y posesión del capital específico: modo de producir/transmitir conocimiento; así como por las reglas de juego a establecer en el campo.

A nivel institucional, Comunicación Digital se configura hoy en un elemento imprescindible para la construcción de confianza a partir de la gestión de la identidad, la imagen y el conocimiento de las organizaciones (Egidos, et al, 2015; 2017).

A nivel social, el vertiginoso devenir del desarrollo y evolución de tecnologías digitales de comunicación se manifiesta en la magnitud del uso de las mismas por parte de la población. Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales de 2017<sup>3</sup>, en Argentina el 80% de la población tiene acceso a internet, y el 64,4% tienen la red social *Facebook*; le sigue la red *Instagram*, con un 27,3%, y luego *Twitter*, con el 13,2% de la población como usuaria. Eso nos muestra que la interacción de los argentinos con la web es importante.

<sup>1</sup> <http://www.redcomargentina.com.ar>

<sup>2</sup> <http://www.fadeccos.org>

<sup>3</sup> <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10> (Consultado el 25/05/2014)

Por todo ello, a nivel académico se requiere de nuevos posicionamientos teóricos y metodológicos a la hora de su abordaje general y en comunicación institucional en particular.

Gómez (2002) plantea, en *“Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las comunidades virtuales”*, que más allá de las posturas a favor y en contra de la comunicación en Internet, los investigadores (y podríamos incluir a los educadores) deben asumir la responsabilidad de hacer comprender los cambios que están generando la tecnología, su estado y su uso actual y potencial. Advierte que los objetos de estudio se mueven más rápido de lo que lo hacen las personas dedicadas a estudiarlos, debido al desfase entre las innovaciones técnicas y los recursos económicos y teórico-metodológicos destinados a investigarlos. Señala que los instrumentos están hechos y probados para los temas que se vienen estudiando y el desafío es cómo abordar los nuevos temas. Al respecto afirma Gómez: “Sabemos que aplicar teorías y metodologías tradicionales a nuevos fenómenos comunicativos y sociales no permite construir conocimiento valedero que los explique” (2002: 61). La propuesta central del autor radica en una metodología que con rigurosidad científica pero flexible, aborde desde diversas perspectivas el fenómeno de las comunidades virtuales. Para su planteo parte de la experiencia acumulada en la utilización de metodologías compuestas o trianguladas, que permiten alcanzar una visión integrada de un fenómeno social particular, en este caso la comunicación digital.

Según Vasallo de Lopes (1999), un importante contexto para la investigación-producción-circulación de conocimientos es el institucional, que implica los mecanismos que “median la relación entre las variables sociológicas globales y el discurso científico, y que se constituyen en mecanismos organizativos de distribución de recursos y poder dentro de una comunidad científica” (1999: 14). Vasallo aclara que corresponde a lo que Bourdieu (1985) llama el campo científico. Para la autora, otro factor es el contexto social o histórico-cultural donde residen las variables sociológicas que inciden sobre la producción científica, especialmente los modos de inserción de la ciencia y de la comunidad científica en un ámbito geográfico determinado.

En relación a nuestro tema objeto de estudio, en su artículo: “La enseñanza de la comunicación digital en la universidad: experiencias y propuestas”, Massoni (2006) ya planteaba la necesidad de cambios en la organización de los planes de estudios que abordan a la comunicación digital. Casi 5 años después, en julio de 2011, en la Universidad de San Pablo (Brasil) se realizaba el primer Congreso Mundial de Comunicación Iberoamericana, promovido por la Confederación de Asociaciones Iberoamericanas de Comunicación Científica y Académica (CONFIBERCOM)<sup>4</sup> en el que se concluyó entre otros aspectos, que el “mundo digital” es un contenido muy presente en los programas de formación en posgrado en Iberoamérica (Castillo et al, 2013).

Entre las transformaciones necesarias, para Massoni (2006) se evidencia la necesidad de un abordaje transdisciplinario de lo comunicacional, aprovechando las evoluciones de las ciencias de este campo. Al respecto, explica que en las cátedras universitarias el mayor desafío quizás sea asumir que ya no alcanza con manejar éste o aquel cuerpo de teoría, sino que tenemos que aprender a incorporar formas de negociar la información que le va llegando a cada quien para continuar aprendiendo el resto de su vida. Esto implica muchas cosas, pero quizás como gran tarea, la de aprender a incorporar la teoría de manera no reproductiva y la práctica de manera no instrumental.

En relación a lo anterior y desde el punto de vista de la inclusión de temas o contenidos en los espacios educativos, habría que considerar el planteo de Aparici (2011) sobre el modelo *«feed-feed»* para redimensionar la formas de relación entre docentes y alumnos a partir de los cambios en el contexto social de las tecnologías de comunicación y su impacto en la formación. “En el proceso comunicativo los participantes intervienen activamente, se propicia lo comunicacional, lo informativo de todos con todos. Es un acto de construcción y de conexión (...)” (Aparici, 2011: 42). En este escenario digital, el autor identifica un ecosistema comunicativo e informacional que permite a las personas ser potenciales emisores, encontrándose con posibilidad continua de crear contenidos y de interrelacionarse en procesos conversacionales que generan la participación de todos los interactuantes a través de las diferentes herramientas de la comunicación

Por otra parte, Massoni (2006) plantea que la transdisciplinariedad no debe ser traducida en términos de diversidad de materias -lo cual aseguraría el enfoque interdisciplinario- sino como una mirada que atraviesa lo disciplinar. Asimismo, la autora se refiere a la implicación pedagógica de la comunicación como fenómeno fluido y explica que pensar a los estudios comunicacionales desde la perspectiva de “lo fluido” implica pensar a la comunicación ya no centrada en el éxito o el fracaso de las significaciones transmitidas, sino en relación a su aporte al cambio, a la transformación. Lo fluido se propone para ella como un enfoque capaz de superar categorías binarias de análisis de lo social y que avancen hacia perspectivas teórico/metodológicas más integradoras, valorativas y críticas para abordar a la comunicación. Para Massoni (2006) la implicación de pensar la comunicación como situación de interacción siempre cambiante, incluye aprender a pensar lo digital a partir de las herramientas del análisis estratégico: imbricación teoría/realidad, sistema de acción concreto, zonas de autonomía, fuentes de poderes, etc. Entre las posibles modalidades de enseñanza-aprendizaje concomitantes con lo expuesto, la comunicóloga propone entre otras transformaciones la de desarrollar currículas por problemas de investigación y no por temas o disciplinas y evaluar procesos y no sólo resultados.

Por lo expuesto y en función de darle continuidad al tratamiento de la temática de los tres proyectos de investigación anteriores (Tipo A) financiados por Secyt-UNC (2012-2013; 2014-2015; 2016-2017) en los que hemos abordado las distintas dimensiones de la comunicación institucional digital (Prácticas de uso de redes sociales digitales en organizaciones

---

<sup>4</sup> Organización no lucrativa educativa fundada el 18 de abril de 2009 (Madeira, Portugal) conformada por Asociaciones nacionales de comunicación, entre las que se encuentra FADECCOS (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social) en representación de Argentina. <http://www.confibercom.org>

educativas locales y abordajes teórico-metodológicos de su investigación en el contexto académico de nuestro medio)<sup>5</sup> es que nos ha parecido importante incursionar ahora en el estudio de la oferta educativa superior –a nivel de grado y posgrado- y completar de este modo los pilares de la formación, investigación y prácticas profesionales en torno a nuestro objeto de estudio.

## Hipótesis

1. Los programas de las asignaturas de las carreras de grado que incluyen la temática de la comunicación digital en instituciones/organizaciones presentan carencias o ausencias en su abordaje.
2. Los programas de las asignaturas de las carreras de posgrado dan respuesta a las carencias o ausencias de los programas de las asignaturas de las carreras de grado cuyos contenidos incluyen la temática de la comunicación digital en instituciones/organizaciones.

## B. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

### Objetivo general:

Conocer las características y relaciones entre los programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado de las dependencias universitarias –integrantes del corpus objeto de estudio- que abordan la comunicación digital en instituciones/organizaciones, respecto a los ejes temáticos y desarrollos teóricos de cada uno.

### Objetivos específicos:

- a) Identificar los ejes temáticos de cada uno de los programas de asignaturas de grado y de posgrado que integran el universo de estudio.
- b) Reconocer y dimensionar los desarrollos teóricos de cada uno de dichos programas.
- c) Comparar los programas de asignaturas de grado y de posgrado de cada dependencia respecto a los ejes temáticos identificados y los desarrollos teóricos reconocidos.
- d) Conocer el grado de continuidad en el campo de conocimiento entre los dos niveles de formación de cada dependencia.

### Objetivo de finalidad:

Transferir conocimientos específicos de las propuestas académicas existentes sobre el tema -y la relación entre las ofertas de contenidos en el grado y el posgrado- a las distintas facultades, escuelas y carreras que en sus planes de estudio poseen materias afines (integrantes de REDCOM y de FADECCOS), y en particular a la Facultad de Ciencias de la Comunicación (Orientación Comunicación Institucional) de la UNC.

## C. MATERIALES Y MÉTODOS

La construcción del marco teórico, prevé la revisión y análisis reflexivo de la bibliografía que se detalla en el punto correspondiente. La misma se ampliará –de acuerdo a las necesidades- con otros materiales.

Las unidades de observación que integran el universo (o población) de estudio son los programas de asignaturas afines de comunicación digital/organizacional de carreras de grado y posgrado de las dependencias universitarias pertenecientes a REDCOM y FADECCOS que incluyen en sus contenidos a la Comunicación Digital en organizaciones o instituciones.

Se utilizará principalmente –pero no exclusivamente- la perspectiva cualitativa, ya que permite relacionar los discursos con sus condiciones de producción, así como profundizar de manera interpretativa la construcción de sentidos de los textos que conforman el campo de estudio.

Se realizará una primera etapa de trabajo de relevamiento de datos cuantitativos a través de la aplicación de la técnica de revisión documental. En ella se relevarán los ejes temáticos de los programas de las asignaturas afines a nivel de grado y de posgrado. Luego del reconocimiento temático en dichos programas, en una segunda etapa se realizará un análisis de contenido cualitativo a partir de cuyos datos se facilitará el reconocimiento del desarrollo teórico de los programas y el establecimiento de tipologías de los mismos.

---

<sup>5</sup> - “Comunicación digital en contextos institucionales: Perspectivas teórico-metodológicas en la investigación académica universitaria”. Dirección Mgter. Dionisio Egidos. 2016 – 2017. [https://app.secyt.unc.edu.ar/unc/proyectos\\_contenido.php?recordID=8314](https://app.secyt.unc.edu.ar/unc/proyectos_contenido.php?recordID=8314)

- “Interacción y comunidades virtuales en el campo de la comunicación institucional: los usos comunicativos de redes sociales digitales por parte de los públicos-usuarios de organizaciones medianas en Córdoba, Argentina, en la actualidad”. Dirección Mgter. Dionisio Egidos. 2014 – 2015. [https://app.secyt.unc.edu.ar/unc/proyectos\\_contenido.php?recordID=9651](https://app.secyt.unc.edu.ar/unc/proyectos_contenido.php?recordID=9651)

- “El campo de la comunicación institucional desde la perspectiva constructivista de Pierre Bourdieu. Usos comunicativos internos y externos de las redes sociales digitales en contextos institucionales”. Dirección Mgter. Dionisio Egidos. 2012 – 2013. [https://app.secyt.unc.edu.ar/unc/proyectos\\_contenido.php?recordID=7047](https://app.secyt.unc.edu.ar/unc/proyectos_contenido.php?recordID=7047)

Con esos insumos, se estará en condiciones de llevar a cabo el análisis comparativo de los programas de ambos niveles de enseñanza para, finalmente, reconocer el grado de continuidad en el campo de conocimiento entre dichos niveles.

#### D. BIBLIOGRAFÍA

- Aparici, R. (Coord.) (2011). La educación 2.0 y las nuevas alfabetizaciones. Barcelona: Gedisa.
- Bourdieu, P. (1985): Razones Prácticas. Ed. Anagrama
- Bourdieu, P. (1991): El sentido práctico. Ed. Taurus
- Castillo A.; Álvarez Nobell, A.; & Velázquez, J. A. (2013): EEES y la formación en comunicación en España. La estructura de la oferta de posgrado. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 19 [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.42015](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42015)
- Egidos, D. et al (2015): Redes sociales digitales en contextos institucionales, en Revista CIENTIFICOM – EL CACTUS: Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba. AÑO 4. N° 4. Pág. 110 a 119. ISSN: 2314-1581.
- Egidos, D. et al (2017): Proyecto “Interacción y comunidades virtuales en el campo de la comunicación institucional: los usos comunicativos de redes sociales digitales por parte de los públicos-usuarios de organizaciones medianas en Córdoba, Argentina, en la actualidad” en ANUARIO DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (2015-2016). Fabiana Martínez [et al.] – 1era. ed. – 426. 124-136. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Egidos, D. y Páez, L. (2000): “Comunicación en instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual”. Revista Latina de Com. Social- Tenerife. España. N° 35 – Diciembre.
- Gómez, E. (2002): Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las “comunidades virtuales”. Versión 12. UAM-X MÉXICO
- Massoni, S. (2006): “La enseñanza de la comunicación digital en la universidad: experiencias y propuestas” en Digital Communication. Professional skills and academic challenges. ICOD network, Red Iberoamericana de Comunicación Digital, ALFA EUROPEAID. <http://cedal.org.co/es/revista-interaccion/la-ensenanza-de-la-comunicacion-digital-en-la-universidad-experiencias-y-propuestas>
- Vasallo de Lopes, M. I. (1999): “La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas”. En revista Diálogos de la Comunicación. Felafacs. Edic. 56.
- Viada, M. et al (2015): Comunicación digital en la formación de comunicadores, en XVII Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina “La Institucionalización de los debates, estudios e incidencia social del campo de la comunicación”. Córdoba: UNC [http://www.redcom2015.eci.unc.edu.ar/files/REDCOM/EJE1/redcom\\_-\\_1\\_-\\_26%20sf\\_Viada,%20Pereyra,%20Echevarria.pdf](http://www.redcom2015.eci.unc.edu.ar/files/REDCOM/EJE1/redcom_-_1_-_26%20sf_Viada,%20Pereyra,%20Echevarria.pdf)

#### E. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Bienio	Etapa	Actividades
2018-2019	1º	1. Revisión exploratoria de Programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado (de dependencias universitarias integrantes de REDCOM y FADECCOS) que abordan la comunicación digital en contextos institucionales/organizacionales. 2. Reconocimiento del universo objeto de estudio.
	2ª	3. Indagación bibliográfica sobre perspectivas teóricas relacionadas con la comunicación digital institucional y enseñanza de la misma en el ámbito de la educación superior. 4. Establecimiento de categorías de análisis. 5. Divulgación de resultados parciales y discusiones.
2020-2021	3ª	6. Elaboración y aplicación de instrumentos de recolección de datos. 7. Análisis de desarrollos teóricos de los programas de asignaturas de grado y posgrado incluidos en el corpus. 8. Establecimiento de tipologías y relaciones.
	4ª	9. Análisis comparativo de programas de asignaturas de grado y de posgrado de cada dependencia universitaria en relación a los contenidos vinculados con la comunicación digital en las instituciones/organizaciones. 10. Reconocimiento de vacancias y del grado de continuidad en el proceso de enseñanza de la temática entre los dos niveles de formación en cada dependencia. 11. Establecimiento de conclusiones, elaboración de informe final y divulgación de resultados finales.

#### F. IMPORTANCIA DEL PROYECTO – IMPACTO

En el año 2015 la Universidad Nacional de Córdoba creaba la segunda Facultad de Comunicación del país. Esta decisión, además de saldar una deuda interna con la comunidad educativa local, era el eco de un proceso que se potenciaba en la región con los procesos de actualizaciones de planes de estudio (por caso, el vigente en la UNC es de 1993), creación de ofertas de grado y posgrado, institucionalización del campo de estudio y de la investigación; y un gran crecimiento de los debates y las prácticas en torno a la comunicación digital (Viada et al, 2015).

Este proceso se manifiesta también a nivel global, ya que motivó por ejemplo el desarrollo de la investigación competitiva I+D “Mapcom”<sup>6</sup> en España cuyos resultados lograron caracterizar el sistema de investigación en ese país europeo sobre prácticas sociales de Comunicación: mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos”. Tal estudio partió de la base de que la comunicación es un objeto de estudio que se ha institucionalizado como campo disciplinario, pero sin acompañarse de un análisis objetivo de los Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos y Métodos; panorama que para su equipo investigador urge ser conocido.

Es por ello que la importancia del proyecto radica en mapear las propuestas académicas existentes en grado y posgrado sobre comunicación digital institucional en las distintas dependencias universitarias analizadas; así como transferir conocimientos específicos al ámbito de la educación superior nacional.

A nivel local permitirá obtener conocimiento en profundidad del desarrollo de la temática de la comunicación digital/institucional en el campo académico, comparando y sacando conclusiones que podrán aplicarse en las distintas asignaturas relacionadas con la temática anteriormente mencionada. A nivel macro permitirá aportar el análisis hacia el desarrollo de un mapeo más general sobre la temática, así como reconocer falencias, logros, potencialidades de desarrollo del campo.

Finalmente, cabe agregar que se espera que durante la investigación, además de los integrantes en formación, se vinculen nuevos graduados y doctorandos para contribuir a la formación en recursos humanos especializados.

## G. FACILIDADES DISPONIBLES

La realización del presente proyecto tiene como principal facilidad el hecho de venir trabajando e investigando acerca de la temática de la comunicación digital en instituciones/organizaciones, a lo largo de tres proyectos anteriores.

Se cuenta con la facilidad de acceso a las unidades de análisis y con las posibilidades de desarrollo del trabajo a nivel de recursos tecnológicos. Por otra parte, recientemente la Facultad de Ciencias de la Comunicación ha puesto en funcionamiento un “Instituto en Comunicación Institucional –ICI”<sup>7</sup> en el ámbito de la SeCyT.

Respecto al Codirector y los requisitos exigidos para ese rol, cabe aclarar que además de haber participado como integrante investigador en proyectos con financiación de la SeCyT-UNC en las convocatorias 2012-2013; 2014-2015 y 2016-2017, posee títulos máximos de Maestría y Doctorado. Actualmente se desempeña como Profesor Regular por concurso y cuenta con antecedentes equivalentes a la categorización requerida, ya que tiene una trayectoria de más de 8 años de actividad continuada en proyectos y programas de investigación además de haber sido becario posdoctoral y obtenido la categoría de Investigador (CONICET – Argentina). Asimismo, ha sido acreditado en 2015 por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA - Ministerio de Educación de España) con la figura de Profesor Contratado Doctor (equivalente a Categoría III en Sistema Argentino de Incentivos).

## H. JUSTIFICACIÓN DEL PRESUPUESTO SOLICITADO

La realización de este proyecto supone durante los 4 años, la adquisición y/o acceso virtual a bibliografía actualizada sobre el tema. Asimismo, por su objeto de estudio, se requiere de la participación en eventos científicos de intercambio de conocimientos, la elaboración de materiales de difusión y el diseño y publicación de un espacio web para la divulgación del proyecto y sus resultados. Finalmente, se prevé el soporte en actividades de trabajo de campo como la aplicación de guías de revisión documental y de análisis de contenido, así como el ordenamiento de los datos.

### Equipo permanente

Bibliografía (libros, revistas, suscripciones a bases de datos)	\$ 4.000
---	----------

### Gastos

Materiales de consumo (insumos informáticos, librería, fotocopias)	\$ 3.500
Congresos (inscripciones)	\$ 15.000
Pagos a terceros (aplicación, de instrumentos, ordenamiento de datos cuantitativos)	\$ 15.000
Impresión de materiales para difusión y soporte web del proyecto y los resultados	\$ 20.000

<i>Subtotal Equipo permanente</i>	\$ 4.000
-----------------------------------	----------

<i>Subtotal Gastos</i>	\$ 53.500
------------------------	-----------

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 57.500</b>
--------------	------------------

6 <http://www.mapcom.es>

7 <http://fcc.unc.edu.ar/novedades/noticias/se-inaugura-el-instituto-de-comunicacion-institucional>