



The Maryland Times: un diario digital para afianzar los vínculos con la comunidad.

Alumno: Ornella Sofía Naso

DNI: 40.430.690

Legajo: VPER00444

Carrera: Licenciatura en Periodismo

Índice	
Resumen	1
Introducción	2
<i>Marco de referencia institucional</i>	2
<i>Breve descripción de la problemática</i>	2
<i>Resumen de antecedentes</i>	3
<i>Relevancia del caso</i>	3
Análisis de situación	4
<i>Descripción de la situación</i>	4
<i>Análisis de contexto</i>	4
<i>Análisis específico según el perfil profesional</i>	8
Marco Teórico	12
<i>Agenda setting</i>	12
<i>Medios digitales</i>	12
<i>Periodismo ciudadano</i>	13
Diagnóstico y Discusión	14
<i>Declaración del problema</i>	14
<i>Justificación del problema</i>	14
<i>Conclusión diagnóstica</i>	14
Plan de Implementación	15
Conclusiones	22
Referencias	23

Resumen

El presente Trabajo Final de Graduación se centra en el análisis de la gestión de comunicación de la Unidad Educativa Maryland. Pese a que la institución cuenta con su página web y redes sociales, las mismas se enfocan en la interacción con la comunidad educativa. Lo cual la perjudica al limitar el alcance de la propuesta educativa a determinados actores sociales. Por ello, la escuela debe replantearse el uso de sus plataformas digitales y orientar sus contenidos hacia la comunicación con el usuario. Lo que se logra ejerciendo el periodismo ciudadano por reforzar el mismo el compromiso con la comunidad y fomentar la participación colaborativa. Así, mediante el diario digital, se empodera a los usuarios insertando las problemáticas sociales, no abordadas por medios hegemónicos, en la agenda mediática. En consecuencia, la fidelidad de los usuarios con el medio incrementa la comunicación con la escuela y afianza los vínculos con la comunidad.

Palabras claves: periodismo ciudadano, diario digital, comunidad.

Abstract

This Final Graduation Work focuses on the communication management analysis of the Unidad Educativa Maryland. Although the institution has its website and social networks, they focus on interaction with the educational community. This harms it by limiting the scope of the educational proposal to certain social actors. Therefore, the school must rethink the use of its digital platforms and orient its content towards communication with the user. This is achieved by exercising citizen journalism by strengthening the commitment to the community and fostering collaborative participation. Thus, through the digital journal, users are empowered by inserting social problems, not addressed by hegemonic media, into the media agenda. As a result, user loyalty increases communication with the school and strengthens links with the community.

Keywords: citizen journalism, digital journal, community.

Introducción

Marco de referencia institucional

La Unidad Educativa Maryland es una institución privada fundada en el año 1995 en Villa Allende, Córdoba (Canvas, Universidad Siglo 21, 2020). Su misión es enseñar con vocación docente y dedicación en un ambiente marcado por el respeto, el amor y el aprendizaje mutuo. Mientras que su visión es formar ciudadanos capacitados con conocimientos y valores que le permitan desenvolverse en su entorno.¹ Lo cual se sustenta en los valores respeto, tolerancia e inclusión que promueve la escuela.² Actualmente asisten 620 alumnos de clase media-alta en los niveles inicial, primario y medio (Canvas, Universidad Siglo 21, 2020).

En su programa educativo incluye la Formación Integral en Lengua Inglesa (F.O.L.I). La cual se incorporó por la importancia que representa el idioma inglés para insertarse en el mercado laboral. Asimismo, se centra en la cultura inglesa y los exámenes internacionales certificados por la Universidad de Cambridge.³

La Unidad Educativa Maryland se vincula con la comunidad por medio de acciones solidarias como donar leche⁴ y colchas⁵ para personas de bajos recursos. A su vez, los estudiantes fueron voluntarios en la Escuela Taller Bethel⁶, realizaron un taller en la Escuela Juana Manso⁷ y visitaron el geriátrico Los Pinos.⁸

Breve descripción de la problemática

A pesar de realizar actividades solidarias con la comunidad, las mismas son esporádicas y limitadas a determinadas instituciones. Asimismo, su plan de mejora institucional se enfoca en proyectos desarrollados específicamente para la comunidad educativa (Canvas,

¹ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/> Consultado el 08/06/2020.

² Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/wp-content/uploads/2015/08/AEC-N.-MEDIO-cuaderno-2018.doc> Consultado el 11/06/2020.

³ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/f-o-l-i/> Consultado el 24/05/2020.

⁴ Unidad Educativa Maryland. <http://www.maryland.edu.ar/campana-copa-de-leche/> Consultado el 27/05/2020.

⁵ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/tu-cuadrado-abriga-proyecto-solidario-5to-grado/> Consultado el 27/05/2020.

⁶ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/proyecto-endulzando-la-esperanza/> Consultado el 06/05/2020.

⁷ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/taller-conjunto-de-ceramica-de-alumnos-de-segundo-en-la-escuela-juana-manso/> Consultado el 06/05/2020.

⁸ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/proyecto-de-extension-comunitaria-geriatrico-los-pinos/> Consultado el 06/05/2020.

Universidad Siglo 21, 2020). Lo que se evidencia en su página web y redes sociales, donde el contenido publicado está exclusivamente producido para la misma. Esto excluye al entorno en la que se encuentra inserta y denota que la comunicación con éste es deficiente y ocasional.

Resumen de antecedentes

La democratización de las herramientas de comunicación convirtió a los receptores pasivos en activos. Esto significó que además de consumir la información, los mismos la producen y la distribuyen (Milan y Gutiérrez, 2015). Lo que originó el periodismo ciudadano, el cual es definido como la intervención ciudadana en la construcción de la realidad (Chillón, 2010). Sánchez-Guijaldo Pintor (2017) lo ubica en el ámbito del activismo por brindar información útil para su comunidad. A su vez, Segura (2020) precisa que visibiliza actores sociales y temas excluidos de la agenda mediática. No obstante, los ciudadanos carecen de la formación y obligación ética de producir información verídica por lo que se deslegitima como periodismo (Núñez Encabo, cit. en Sánchez-Guijaldo Pintor, 2017). Pero esto no es determinante puesto que las TIC transformaron radicalmente al periodismo. Por lo cual, el periodismo ciudadano enriquece a éste último con nuevas y diversas fuentes de información (Chillón, 2010). Un ejemplo de lo expuesto es el diario El Milenio que produce el Instituto Educativo Nuevo Milenio de Unquillo y el Instituto Milenio Villa Allende. El cual tiene el propósito de satisfacer las necesidades informativas locales que carecen de cobertura mediática.⁹

Relevancia del caso

Ante este contexto, la escuela debe recurrir al periodismo por ser el mismo una profesión que propicia la comunicación con las personas. Además el empoderamiento de los ciudadanos, mediante la producción de información, permite establecer un vínculo de confianza y colaboración mutua. Lo cual aumenta la difusión de información relativa a la escuela y refuerza la relación de ésta con su comunidad.

⁹ Instituto Milenio Villa Allende <https://institutomileniovillaallende.com/periodicoelmilenio/> Consultado el 22/06/2020.

Análisis de situación

Descripción de la situación

El vínculo que une a la Unidad Educativa Maryland y la comunidad local no supera lo geográfico puesto que la comunicación entre las mismas es escasa. Pese a que cuenta con los canales para comunicarse, la institución prioriza a su comunidad educativa en detrimento de la comunidad externa a la misma. En efecto sus plataformas son utilizadas para la difusión de contenidos exclusivamente diseñados para los estudiantes y los padres. Precisamente abundan las publicaciones de actividades educativas realizadas en las instalaciones escolares. Por otra parte, sus *blogs* se limitan a la difusión de tareas para los alumnos y comunicados para los padres.

Así, el entorno queda excluido de las prioridades del colegio constituyéndose un vínculo ocasional con la comunidad. Lo cual se denota en sus limitadas actividades solidarias que carecen de la iniciativa de la escuela. Esto es, la Campaña Copa de Leche en la que colaboraron fue organizada por el Banco de Alimentos Córdoba.¹⁰

Por otro lado, no hay constancia y el compromiso es efímero puesto que finalizado el proyecto el acompañamiento termina. A saber, el voluntariado llevado a cabo en el marco del proyecto “Endulzando la esperanza” tenía el propósito de cocinar 1000 budines para vender.¹¹ Es decir, el objetivo no supera la elaboración de esa cantidad de alimento. Por lo que la comunicación con la comunidad es fugaz, débil y esporádica.

Análisis de contexto

Para analizar el contexto en el que se encuentra inserta la Unidad Educativa Maryland se utiliza el análisis PESTEL. El mismo examina los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales. A continuación se empieza desarrollando el primer factor.

Debido a la potencial crisis sanitaria y social, el Presidente Alberto Fernández sancionó el Decreto 297/2020, el cual instituyó el aislamiento social, preventivo y obligatorio. Lo que

¹⁰ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/campana-copa-de-leche/> Consultado el 11/06/2020.

¹¹ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/proyecto-endulzando-la-esperanza/> Consultado el 11/06/2020.

estableció que aquellos ciudadanos, que no trabajan en rubros declarados esenciales, deban permanecer en sus hogares.¹² Del mismo modo, se sancionó el Decreto 108/2020 que suspendió las clases del nivel inicial, primario, secundario y superior.¹³ A su vez, el Decreto 520/2020 estableció que las clases se retomarán cuando se aprueben los protocolos correspondientes.¹⁴

A causa de la cuarentena, se paralizaron total o parcialmente importantes sectores de la actividad económica. Según el Centro de Economía Política de Argentina (CEPA), se produjeron 5386 despidos y 8480 suspensiones con reducción salarial entre el 15 de mayo y 15 de abril (Bastianelli et al., 2020). En lo que respecta a la canasta básica familiar del mes de mayo, la misma estimó que una familia tipo necesita \$43.080 para no ser pobre.¹⁵ Aproximadamente el doble del salario mínimo vital y móvil, que es \$16.875.¹⁶ Por otro lado, la disminución de ingresos afectó profundamente a las instituciones educativas privadas, en las cuales la morosidad llegó al 60%.¹⁷

En cuanto al factor social, en Villa Allende, Córdoba, habitan 28.374 habitantes. Específicamente, la misma está constituida mayormente por habitantes de 15 a 64 años que representan el 64,2% de la población mientras que las personas mayores de 65 años representan el 8,6%.¹⁸ Con respecto a la educación, los índices de alfabetismo son altos en niños de 10 años y más (98,8%). A su vez, el 60,7% de la población mayor de 18 años terminó el secundario.¹⁹ Por otra parte, el 70,9% de los habitantes tiene cobertura de salud por obra

¹² Decreto 297/2020 <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320> Consultado el 20/04/2020.

¹³ Decreto 108/2020 <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/226752/20200316> Consultado el 21/06/2020.

¹⁴ Decreto 520/2020 <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/230245/20200608> Consultado el 21/06/2020.

¹⁵ Indec https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/canasta_06_206B1F43F212.pdf Consultado el 23/06/2020.

¹⁶ Ámbito Financiero <https://www.ambito.com/finanzas/anses/cuanto-es-el-salario-minimo-vital-y-movil-la-argentina-n5100480> Consultado el 10/05/2020.

¹⁷ La Voz del Interior <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/morosidad-en-colegios-privados-ronda-60-por-ciento> Consultado el 26/06/2020.

¹⁸ Gobierno de la Provincia de Córdoba https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/5957e66a-f84b-47b6-9af6-88c968333870/download/desd_cn2010_colon_villa-allende.pdf Consultado el 26/06/2020.

¹⁹ Gobierno de la Provincia de Córdoba https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/5957e66a-f84b-47b6-9af6-88c968333870/download/desd_cn2010_colon_villa-allende.pdf Consultado el 26/06/2020.

social, prepaga o planes estatales.²⁰ En lo que respecta al Coronavirus, en Villa Allende hay 2 casos positivos y 12 personas recuperadas.²¹

Se prosigue con el factor tecnológico señalando que en Villa Allende el 61% de la población posee una computadora y el 90,6% teléfono celular.²² En lo que respecta a las redes sociales, la Consultora Delfos determinó que *WhatsApp* es la más utilizada por los cordobeses (78%). Detrás se encuentran *Facebook* (69%), *Youtube* (54%), *Instagram* (22%) y *Twitter* (13%).²³

Respecto al factor ambiental, la Carta Orgánica de la Municipalidad de Villa Allende²⁴ adhiere al principio de que los seres humanos tienen derecho a vivir en un ambiente sano y libre de contaminación. Por lo que se promueve el uso consciente de los recursos naturales y energéticos, el reciclado y la preservación de los espacios verdes.

Finalmente, en el factor legal, la Ley 9.870 de la Provincia de Córdoba instituye que todas las personas tienen derecho a acceder a la educación. La cual debe ser garantizada por el Estado con oportunidades equitativas.²⁵ Además la Ley 26.206 establece que los responsables de las instituciones privadas tienen la obligación de que sus servicios satisfagan las necesidades comunitarias. En lo que respecta a la comunidad, la ley promueve la coordinación de actividades con organizaciones comunitarias para complementar la educación formal. Particularmente, para la escuela secundaria, se impulsa el voluntariado y

²⁰ Gobierno de la Provincia de Córdoba https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/5957e66a-f84b-47b6-9af6-88c968333870/download/desd_cn2010_colon_villa-allende.pdf Consultado el 26/06/2020.

²¹ Municipalidad de Villa Allende <https://es-la.facebook.com/municipalidadvillallende/photos/a.600504343317878/3460724180629199/?type=3&theater> Consultado el 02/07/2020.

²² Gobierno de la Provincia de Córdoba https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/5957e66a-f84b-47b6-9af6-88c968333870/download/desd_cn2010_colon_villa-allende.pdf Consultado el 26/06/2020.

²³ Delfos-Consultora de Opinión Pública e Investigación de Mercado <https://www.delfoscba.com.ar/uso-de-redes-sociales-y-aplicaciones-en-cordoba/> Consultado el 12/06/2020.

²⁴ Carta Orgánica de la Municipalidad de Villa Allende <http://cd.villallende.gov.ar/carta-organica.pdf> Consultado el 27/06/2020.

²⁵ Ley 9870/2010 https://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2012/06/edu_Ley98707.pdf Consultado el 20/06/2020.

la realización de proyectos solidarios. Por añadidura, el artículo 87, declara obligatoria la enseñanza de un idioma extranjero.²⁶

Estos factores inciden de determinada manera en la Unidad Educativa Maryland. A saber, los decretos sancionados provocaron que la escuela permanezca cerrada por tiempo indefinido. Consecuentemente, la institución continuó las clases empleando *Zoom* y los *blogs*. Por otra parte, la paralización parcial de la economía pudo incrementar la morosidad en el colegio y complicar el pago de salarios y servicios.

En cuanto a la tecnología, los alumnos tienen dispositivos tecnológicos con los cuales siguen las clases por *Zoom*²⁷ y en los *blogs* enviándoles videos con las actividades resueltas a los profesores. Algunas se publican en el *Instagram* de la institución como es el caso de los ejercicios de educación física.²⁸

En lo que concierne al medio ambiente, la escuela fomenta en sus alumnos el desarrollo sustentable a través de su huerta.²⁹

Por otra parte, incluye la enseñanza del inglés mediante la modalidad F.O.L.I.³⁰ y realizó proyectos solidarios con la Escuela Juana Manso, la Escuela Taller Bethel, y el geriátrico Los Pinos. No obstante, éstos son escasos y ocasionales.

Diagnóstico organizacional

Se procede a analizar la escuela con la Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). En primer lugar, el colegio tiene interés y predisposición para relacionarse con su comunidad puesto que incluye proyectos solidarios con el propósito de formar un vínculo con la misma. Pero éstos no representan una prioridad para la institución debido a que son escasos y esporádicos. Asimismo se limita a lo teórico, como el taller de

²⁶ Ley 26206/2006. Ley de Educación Nacional. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/123542/norma.htm> Consultado el 20/06/2020.

²⁷ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/104-clases-semanales-por-zoom-nivel-primario/> Consultado el 02/07/2020.

²⁸ Unidad Educativa Maryland <https://www.instagram.com/p/CBydcbujvTE/> Consultado el 24/06/2020.

²⁹ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/trabajo-en-el-proyecto-huerta-primer-ano/> Consultado el 12/06/2020.

³⁰ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/f-o-l-i/> Consultado el 24/05/2020.

sensibilización de la tercera edad³¹, en vez de lo práctico que es salir y formar lazos con la comunidad a través de una comunicación duradera.

En lo que respecta a las oportunidades, la difícil situación provocada por la pandemia evidencia las carencias de las comunidades con bajos recursos y la población de riesgo. Por lo que la escuela puede detectar una necesidad y movilizar a su comunidad para satisfacerla. En consecuencia, logrará comunicarse con la misma y generar un vínculo. No obstante, el impacto de la paralización económica incrementa la morosidad en las instituciones privadas.³² Lo que provoca que el colegio no pueda invertir en este tipo de proyectos y enfoque su presupuesto en su comunidad educativa.

Fortalezas	Debilidades
Interés y predisposición para coordinar actividades con la comunidad.	Los proyectos son escasos y esporádicos. Los proyectos se limitan a talleres en los que prima la teoría sobre la comunicación con el otro.
Oportunidades	Amenazas
La pandemia facilita la detección de necesidades comunitarias.	El incremento de la morosidad en las escuelas privadas.

Análisis específico según el perfil profesional

El trabajo se enfocó en la página web de la Unidad Educativa Maryland y los *blogs*. Para analizarlos se definieron tres variables que caracterizan a los medios digitales: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Iniciando por la página web, la misma se encuentra dividida en dos grandes secciones, las cuales abarcan lo académico e institucional. En lo que respecta a la hipertextualidad se

³¹ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/taller-de-sensibilizacion-a-la-tercera-edad/> Consultado el 10/06/2020.

³² La Voz del Interior <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/morosidad-en-colegios-privados-ronda-60-por-ciento> Consultado el 26/06/2020.

constata que la misma es empleada de forma limitada, destacándose la subsección Formación situada y permanente del equipo docente del Nivel Medio y la sección *Blogs*. La primera enlaza a *Prezi* y la segunda a los *blogs* de cada nivel, la modalidad F.O.L.I, la materia informática y la familia en *Blogspot*. Esto desaprovecha el hipertexto que puede ser utilizado para profundizar la información.

Por otra parte, los *post* en los que publican noticias del colegio son sólo fotos sin texto que contextualice a las imágenes. Lo que impide que el receptor reciba información importante y permanezca en el sitio. Por ejemplo, en el *post* titulado “104 clases semanales por *Zoom*-Nivel Primario”³³, la institución podría contar cómo los docentes adaptaron las clases a esta aplicación y la respuesta de los alumnos a la misma.

En cuanto a la multimedialidad, la página incluye videos y fotos, lo que dinamiza el contenido y atrae audiencia al complementar la información institucional. Sin embargo, la publicación esporádica desactualiza la página provocando que los usuarios no la visiten.

Por su parte, la interactividad es inexistente porque no hay secciones de comentarios y el único contacto que se brinda es el número de teléfono de la institución. Tampoco contiene los enlaces a las redes sociales lo que dificulta aún más la comunicación con la escuela. Cabe agregar que el sitio tiene aparte una plataforma virtual exclusivamente para alumnos y padres. Esto refuerza lo expuesto anteriormente acerca de su deficiente comunicación con la comunidad externa.

Los *blogs* de la institución abarcan todos los niveles educativos, el F.O.L.I, Informática y los padres de los alumnos.³⁴ En los mismos los contenidos están orientados específicamente a la comunidad educativa. Lo que excluye al resto de la comunidad al carecer de un *blog* dedicado a la misma. Algo crucial para contrarrestar el hecho de que en el sitio web no se puede interactuar con el colegio. Asimismo, es pertinente mencionar que los *blogs* correspondientes a la familia, F.O.L.I Prep y del Nivel Medio están en desuso.

³³ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/104-clases-semanales-por-zoom-nivel-primario/> Consultado el 02/07/2020.

³⁴ Unidad Educativa Maryland <http://www.maryland.edu.ar/nuestro-blog/> Consultado el 02/07/2020.

A raíz de lo presentado anteriormente, este análisis se centra en el *blog* de sala de 4³⁵, el cual utiliza hipervínculos para enlazar videos con canciones y actividades de los maestros para los niños. La multimedialidad predomina con la convergencia de videos, audios y fotos cuyo contenido son tareas para los alumnos. En relación a la interactividad los comentarios permiten que los padres de los estudiantes puedan comunicarse con los docentes.

En lo que concierne a las redes sociales, la Unidad Educativa Maryland tiene cuentas en *Instagram*, *Facebook* y *Youtube*. En la primera red social, sube fotos y videos de los proyectos escolares y las excursiones que realizan los alumnos. A su vez, se incluyen las actividades realizadas con la comunidad lo que permite visibilizar su compromiso con ésta. La interacción con los usuarios se realiza a través de los comentarios y mensajes privados. Cabe destacar que el colegio no sigue a ningún usuario lo que puede interpretarse como una forma de comunicarse unidireccionalmente.

A pesar de que *Facebook* es una red social masivamente utilizada y que representa un canal más de comunicación, la Unidad Educativa Maryland desaprovecha su cuenta que se mantiene en desuso. Precisamente, la institución nunca realizó una publicación ni subió una imagen.

A diferencia de la anterior, el canal de *Youtube* es actualizado cada semana por los profesores de los distintos niveles. Al igual que en *Instagram* y en los *blogs* los contenidos son solo para la comunidad educativa. Lo cual intensifica lo planteado en todo el análisis acerca de la falta de comunicación fuera de la institución. Aun así, a través de los comentarios, se puede interactuar con los usuarios.

En conclusión, la Unidad Educativa Maryland utiliza en forma restrictiva sus plataformas porque no aprovecha todas las potencialidades de las mismas. Si usara más el hipertexto podría profundizar los temas complementándolos con información relacionada. También, enlazando sus redes sociales en su sitio web para que el usuario pueda seguir al colegio y comunicarse por éstas. La multimedialidad podría ser mejorada con animaciones, *gifs* o aplicaciones que requieren una participación activa de los usuarios. Por su parte, la

³⁵ Unidad Educativa Maryland <https://salade4maryland.blogspot.com/> Consultado el 02/07/2020.

interactividad se podría explotar en el sitio web agregando comentarios y los mensajes directos.

Finalmente, en este análisis, se comprueba que todas sus plataformas digitales existen exclusivamente para la difusión de información y comunicación con la comunidad educativa.

Marco Teórico

Durante décadas los medios de comunicación tradicionales monopolizaron la información y la comunicaron unidireccionalmente a una audiencia pasiva (Fenoll Tome, 2011). No obstante, la expansión de las TIC contrarrestó esto al transformar a las audiencias en prosumidores.

Agenda setting

McCombs y Shaw (1972) definen la *agenda setting* como la capacidad de los medios de fijar la agenda pública. McCombs (2006) agrega que los medios brindan información limitada de la realidad que influye en la determinación de los temas relevantes para la opinión pública. Lo cual direcciona la atención hacia ciertos temas en detrimento de otros. Sin embargo, las TIC dotaron al usuario con los medios para producir y publicar información. En consecuencia, estos emisores tienen el poder de influir en la agenda de los medios tradicionales (Pérez-Soler, 2017). Así, a través de las redes sociales, se insertan en la agenda mediática temas invisibilizados por los medios hegemónicos. En efecto, los femicidios se insertaron en la agenda por el movimiento “Ni Una Menos” que surgió en las redes sociales tras el asesinato de Chiara Páez.³⁶

Medios digitales

La irrupción de las TIC modificó profundamente las rutinas productivas de los medios de comunicación. Los cuales debieron incursionar en los medios digitales para satisfacer las demandas de una audiencia segmentada y un ciclo informativo en constante actualización (Riva Palacio, 2013). En este contexto, los periodistas debieron ajustar sus producciones a las nuevas formas de comunicación de los medios digitales: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. La primera es definida como “estructuras textuales no secuenciales”; la segunda “convergencia de medios y lenguajes”; y la última “participación activa de los usuarios” (Scolari, 2008, p. 78). Según Fenoll Tome (2011) éstas promueven la participación colaborativa del público. El cual produce su propia información y tiene una

³⁶ Perfil <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/como-surgio-movimiento-ni-una-menos-2015.phtml>
Consultado el 22/06/2020.

amplia disponibilidad de medios en la red. Por lo que el periodista debe aprovechar estas plataformas para comunicarse y mantener la fidelidad del público con el medio.

Periodismo ciudadano

Según Chillón (2010), el periodismo ciudadano consiste en la intervención ciudadana en la construcción de la realidad. El mismo le da voz a actores sociales excluidos e inserta nuevos temas en la agenda mediática. Lo cual descentraliza y torna más democrático a los medios de comunicación. Sánchez y Espiritusanto (2014) agregan que se revaloriza el ámbito local y, a través de los medios comunitarios, se defienden los derechos de las minorías.

No obstante, Rheingold (2011) contradice lo expuesto anteriormente deslegitimizando al periodismo ciudadano bajo la fundamentación de que los usuarios carecen de formación y obligación ética. Siguiendo esta línea, Ure y Parcelis (2010) manifiestan que la información provista por los usuarios pierde precisión por ser contenidos imparciales y tendenciosos. Por lo que comienzan a circular las *fake news*, información sesgada y manipulada, que son creídas por la población. A pesar de esto, Meso Ayerdi (2013) aclara que los usuarios son responsables al comunicar puesto que, en base a las necesidades de su comunidad, orientan sus contenidos. Los cuales visibilizan temas excluidos de la agenda mediática y pública. Un ejemplo es el contenido publicado por la bloguera tunecina Lina Ben Mhenni que, a través de su blog *A tunisian girl*, informó sobre las protestas y la violencia policial durante la revolución tunecina acontecida entre 2010 y 2011.³⁷

En este sentido este Trabajo Final de Graduación suscribe con lo aportado por Meso Ayerdi por evidenciarse en el ejemplo provisto la legitimidad del periodismo ciudadano como forma de ejercer el derecho a la comunicación y a la información.

³⁷ The New York Times <https://www.nytimes.com/2020/01/29/world/middleeast/lina-ben-mhenni-dead.html>
Consultado el 12/06/2020.

Diagnóstico y Discusión

Declaración del problema

Pese al acceso a plataformas digitales que propician la comunicación bidireccional entre diversos usuarios, la Unidad Educativa Maryland se recluye en su comunidad educativa. Lo que se evidencia en sus contenidos producidos exclusivamente para los alumnos y sus padres. Consecuentemente, el vínculo con la sociedad en la que está inserta es débil y esporádico. Lo cual perjudica a la institución porque depende de ésta para sostenerse económicamente.

Justificación del problema

La institución debe mejorar su comunicación con la comunidad local, ya que, esto posibilita que el alcance de su propuesta educativa sea mayor en Villa Allende. Mediante las plataformas digitales puede dialogar con la comunidad para detectar sus necesidades y producir contenido que las satisfagan. Así, si produce contenido periodístico no solo denotará su compromiso ciudadano sino que también establecerá un vínculo con la comunidad. El cual se sustenta en el trabajo colaborativo y la confianza. En consecuencia, esto podría incrementar la matrícula al atraer a familias ajenas a la escuela.

Conclusión diagnóstica

La deficiente comunicación con la comunidad local acortó el alcance de su propuesta educativa. Por esto la escuela debe replantearse el uso de sus plataformas digitales para explotar al máximo la interactividad. Lo cual se puede lograr mediante un diario digital que empodere a los usuarios y asiente su producción periodística en la interacción con los mismos. En efecto, la fidelización de la audiencia permitirá que la escuela incremente su alcance.

Plan de Implementación

Objetivo general: Consolidar los vínculos con la comunidad mediante un proceso de comunicación bidireccional.

Objetivos específicos:

- Dar a conocer a la sociedad temas de relevancia local no tratados por los medios hegemónicos locales.
- Profundizar problemáticas sociales que impactan sobre el desarrollo de la comunidad.
- Empoderar las inquietudes ciudadanas manifestadas en las redes sociales.

Programa 1: “Visibilizar lo invisibilizado”

- a) Táctica 1: creación de la sección *The Maryland Times* en la página web de la institución. Aprovechando la convergencia de formatos se puede producir contenido periodístico acorde a las demandas de la audiencia. Es decir, incluir videos, imágenes y audios que complementen el texto de la nota. Esto no sólo atrae a la audiencia sino que también permite que los usuarios conozcan la escuela al explorar el sitio.

El objetivo principal es producir noticias locales que identifiquen a la comunidad con sus problemas cotidianos. En consecuencia, se insertan nuevos temas en la agenda mediática y se genera un vínculo con la audiencia que se materializa en la fidelización con el medio. Cabe agregar que se deben incorporar los comentarios, mensajes directos, el botón de compartir y enlazar las redes sociales. Los primeros permiten interactuar con la audiencia mientras que los dos últimos propician un mayor alcance.

- b) Táctica 2: redacción de una crónica gráfica acerca del cierre del Museo Barrilete, pyme cultural con sede en Villa Allende, debido a la crisis económica generada por la pandemia. Se pretende visibilizar la vulnerabilidad de la cultura centrándose en el caso particular del museo. Por ello se entrevista a Sabina Villagra, presidenta del museo, Lucas Iván Esquivel, director de cultura del Municipio, y Pablo Bernasconi, ilustrador y artífice de la muestra “La Fábrica de Fantasías.”

Precisamente, Villagra introduce a la audiencia en el tema explicando la trayectoria del museo, las muestras y los objetivos del mismo que se centra en el aprendizaje de los niños. Esquivel contextualiza esto brindando información sobre la situación de la cultura en Villa Allende y los programas de apoyo que brinda el Municipio. Por último, el ilustrador Pablo Bernasconi interioriza al lector en su muestra contando el proceso de planificación y propósitos de la misma.

Debido a que es un espacio orientado específicamente a los niños y la familia se apunta a un público adulto de entre 25 y 50 años de clase media-alta de Villa Allende.

Para llevarlo a cabo los alumnos de 1° año del nivel medio van necesitar computadoras y celulares. Dependiendo de la fase de cuarentena en la que se encuentre Villa Allende se realizará en persona o de manera virtual. En el primer caso, el celular permite grabar las entrevistas y sacar fotos, por otra parte, en el segundo caso, se realizarán vía *Zoom*. Los costos en los que se puede incurrir son de traslado para realizar las entrevistas puesto que la redacción y la edición de fotos se pueden hacer en dispositivos digitales.

La crónica tiene previsto concretarse en 6 semanas, siendo las dos primeras utilizadas para investigar la situación cultural de Villa Allende y el Museo Barrilete. En base a ello, se estructuran las preguntas que, en dos semanas, se le harán a las fuentes en la entrevista. Finalmente, en dos semanas, se recopila el material y se procede con la redacción y publicación de la crónica. Ésta será ilustrada con imágenes.

Para evaluar si se cumple el objetivo planteado, se hace un seguimiento de los medios digitales, los tradicionales y las redes sociales. Así, se puede determinar si en las redes sociales se generan campañas o colectas para que el Museo Barrilete reabra. También, si la noticia se incluye en la agenda mediática de los medios hegemónicos y, consecuentemente, en la agenda pública.

Programa 2: “Digitalizando la realidad”

- a) Táctica 1: creación de una cuenta en *Twitter* y actualizar las cuentas de *Facebook*, *Instagram* y *Youtube* para poder publicar y enlazar el reportaje (Táctica 2) en la página web y generar más alcance.

El video, cuya duración será 10 minutos, se sube a *Youtube* y se enlaza a la página de la escuela. A su vez, el mismo será difundido por *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* en forma de *tráiler* antes de su publicación y, después, en pequeños fragmentos para captar la atención de los usuarios.

- b) Táctica 2: grabar un reportaje sobre la pobreza y el hambre en Villa Allende, comunicando la situación crítica que atraviesan los sectores de bajos recursos. Asimismo, se procura mostrar el trabajo del Estado y las ONGs para contener a estos sectores. Por tanto se entrevista a Guillermina Linares Echenique, secretaria de desarrollo social del Municipio, Juan Carrasco y Violeta Parodi, integrantes del grupo de vecinos Villa Allende Solidaria y Proyecto Betania, Viviana Lencina, representante del merendero Ángel de Amor y Ana María Garay del merendero Mis Pimpollos. Además, se analizarán estadísticas públicas y privadas para detectar si hubo un aumento de la pobreza e indigencia y las zonas en las que se acentúan estas problemáticas.

En lo que respecta a las fuentes, Echenique brindará datos oficiales sobre la pobreza y el hambre y los programas del Estado que asisten a los sectores más vulnerables. Carrasco y Parodi completan esto hablando sobre la colecta de alimentos para merenderos y comedores que llevan a cabo. Finalmente, Lencina y Garay van a hablar sobre cuántas personas comen en sus merenderos, qué contención se les brinda a los chicos, cómo están atravesando la pandemia y qué insumos y alimentos necesitan.

El receptor al que se apunta son los ciudadanos de 18 a 45 años por no constituir grupos de riesgo, en lo referente al Coronavirus, y poder colaborar con donaciones. Los alumnos de 2° año del nivel medio efectuarán el reportaje. Al igual que en el Programa 1 la fase de la cuarentena influirá en la realización del mismo en persona o mediado por la tecnología. Concretamente, en la primera posibilidad, los recursos que se necesitarán son celulares, micrófonos para celulares, trípodes para

celulares y aros de luz *led* para celulares. Esto evitará grabar un video movido, con sonido bajo y permitirá tener una iluminación uniforme. Lo que implica invertir \$1790 en los micrófonos, \$1998 en las luces y \$898 en los trípodes. A esto se le suma el costo del programa de edición, *Adobe Premiere Pro*, que es de \$814.

En cuanto el reportaje, éste se va a hacer en 12 semanas, de las cuales las tres primeras serán empleadas para la investigación, análisis de datos y el establecimiento de los subtemas que se abordaran. Es decir, dentro de la pobreza y el hambre se encuentran la falta de acceso a la educación, al sistema de salud, el desempleo, etc. Una vez definido esto, en cuatro semanas, se capacitará en el uso del *Adobe Premiere Pro* y los planos cinematográficos. Luego, en tres semanas, se realizan las entrevistas. Finalmente, en dos semanas, se edita el material y se publica en *Youtube, Facebook, Twitter e Instagram*.

La evaluación del objetivo se realiza observando entidades gubernamentales y consultoras privadas para comprobar si, a partir del reportaje, se realizan estadísticas o informes sobre la temática abordada. Como también comprobar la inclusión de este tema en la agenda mediática y bajo qué enfoques. Sobre esto último, se pueden profundizar aristas no desarrolladas en el reportaje que complementen lo producido. Lo cual incrementa la información acerca de esta problemática social.

Programa 3: “Las noticias están en las redes sociales”

- a) Táctica 1: utilizar las redes sociales para monitorizar los temas que suscitan el interés de la audiencia. En concreto, se focalizará en los comentarios de las redes sociales de los medios hegemónicos locales y la Municipalidad para detectar temáticas no tratadas en la agenda mediática. A raíz de los temas seleccionados, se inicia una investigación y las entrevistas con las fuentes pertinentes. Con este material se redactan las noticias que se publicarán en el sitio web y las redes sociales.
- b) Táctica 2: redacción de una nota a partir de las inquietudes manifestadas por los usuarios en las redes sociales. El propósito es empoderar a los ciudadanos con información local que repercute en su vida diaria e incluir la misma en la agenda

mediática. A modo de ejemplo, cinco usuarios comentaron en el *Facebook* de la Municipalidad de Villa Allende que el distanciamiento social y el uso del tapabocas no se estaba cumpliendo y que no había controles. A partir de esto, se pondrá en contacto con los usuarios para tener mayor información. Específicamente uno mencionaba que esto sucedía en el *Carrefour*³⁸ por lo que se puede ir al supermercado a comprobar la veracidad de lo enunciado y entrevistar al gerente sobre los protocolos correspondientes para prevenir el contagio de Covid-19. También se puede coordinar una entrevista con la secretaria de salud, Alejandra Cecilia Rouadi. Entonces, el gerente desmentirá o confirmará la información del usuario y, a la vez, Rouadi fundamentará la importancia del uso del tapabocas y la distancia social con información calificada.

La audiencia hacia la que se dirige el contenido abarca el rango etario de 15 a 55 años por ser usuarios con mayor presencia en las redes sociales.³⁹

Este programa lo harán los alumnos de 3° año del nivel medio con celulares y computadoras, los cuales se utilizan para entrevistar a las fuentes y redactar la información. Debido a que se permite concurrir al supermercado, se puede entrevistar personalmente al gerente, por otra parte, mediante las redes sociales se puede contactar a la secretaria desde la página de *Facebook* del Municipio. Los únicos costos son los de traslado al supermercado, ya que, lo demás se hará de manera online.

Lo expuesto anteriormente es un ejemplo de la forma en la que se pretende trabajar. Lo planeado es hacer cinco notas en un período de siete semanas, iniciando el monitoreo y la recopilación de información en las dos primeras semanas. Tras esto, las tres semanas siguientes, se entra en contacto con las fuentes y se las entrevista vía *Zoom* o personalmente. Finalmente en dos semanas, se chequea la información

38

Facebook

[https://es-](https://es-la.facebook.com/municipalidadvillaallende/photos/a.127787453922905/3446186962082921/?type=3&theater)

[la.facebook.com/municipalidadvillaallende/photos/a.127787453922905/3446186962082921/?type=3&theater](https://es-la.facebook.com/municipalidadvillaallende/photos/a.127787453922905/3446186962082921/?type=3&theater)

Consultado el 30/06/2020.

39 La Voz del Interior <https://www.lavoz.com.ar/tecnologia/facebook-twitter-instagram-y-whatsapp-en-argentina-que-se-usa-mas-de-acuerdo-edad> Consultado el 01/07/2020.

provista para evitar emitir *fake news*, se agregan fotos, videos o audios y se publica en las redes sociales.

La evaluación del Programa se lleva a cabo observando los medios de comunicación para constatar la inclusión de noticias de interés ciudadano en la agenda mediática. Asimismo, determinar si se crea una sección dedicada a los usuarios como, por ejemplo, “TN y la Gente” de “TN.”

Para evaluar el cumplimiento del plan se utilizará, en primera instancia, *Google Analytics* por su efectividad y análisis completo. El mismo brinda información detallada del tráfico de usuarios en las secciones en tiempo real. También, a través del porcentaje de rebote, delimita cuántos usuarios abandonaron el sitio lo cual es fundamental para determinar qué formatos o temas no son del interés de la audiencia. Esto se complementa con las estadísticas de las redes sociales, las cuales además de informar sobre la cantidad de *likes* y seguidores determinan la edad, el sexo y los dispositivos de nuestra audiencia. Algo fundamental porque permite crear contenido acorde a los usuarios. Por otra parte, mediante la creación de un foro en el sitio web y encuestas en las redes sociales se puede, en cierta medida, precisar aún más el vínculo que tiene con la audiencia. Por ejemplo, si se pregunta acerca de la pertinencia del contenido en relación a las necesidades informativas, las respuestas permiten determinar cuál es la percepción que la audiencia tiene del medio y su fidelidad al mismo. Así, se comparan datos duros con blandos y se establece si hay una relación de confianza y colaboración o no.

El alcance se limita a la fase de cuarentena en la que se encuentre Villa Allende puesto que esto determina si las entrevistas se realizaran en persona o vía *Zoom*. A la vez, debido a la compleja situación, se puede retrasar el trabajo por la falta de disponibilidad de las fuentes.

Conclusiones

En conclusión, el ejercicio del periodismo ciudadano, a través del diario digital, permite establecer una comunicación bidireccional con la comunidad. En consecuencia, se pueden detectar temáticas que impactan en la misma y son excluidas de la agenda mediática de los medios hegemónicos. Entonces se las visibiliza mediante contenidos periodísticos que se adaptan a sus exigencias. Lo cual los empodera y forja un vínculo sustentado en la confianza y la colaboración mutua. Esto expande el alcance de la propuesta educativa atrayendo a nuevas familias que pueden aumentar la matrícula.

Recomendaciones

- La Unidad Educativa Maryland debe hacer un seguimiento constante y exhaustivo de las métricas del medio para adaptar sus contenidos y formatos a las demandas de su audiencia.
- La escuela debe capacitarse con periodistas profesionales para evitar la difusión y producción de *fake news*.

Referencias

Ámbito Financiero. (5 de mayo de 2020). Cuánto es el Salario Mínimo Vital y Móvil en la Argentina. Recuperado de: <https://www.ambito.com/finanzas/anses/cuanto-es-el-salario-minimo-vital-y-movil-la-argentina-n5100480>

Bastianelli, G., Carciofi, L., Foggia, L., Gielis, L., Gutiérrez, F., Letcher, H., Malvarez, M. y Strada, J. (2020). El impacto del aislamiento en el mercado de trabajo: cuantificación de despidos, suspensiones y reducciones salariales entre el 15 de marzo y el 15 de abril.

Canvas, Universidad Siglo 21. (2020).

Carta Orgánica de la Municipalidad de Villa Allende. (2020). Recuperado de: <http://cd.villaallende.gov.ar/carta-organica.pdf>

Chillón, J. M. (2010). Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada. *Eikasia, Revista de Filosofía*, (31), 302-316.

Decreto 297/2020. Aislamiento social, preventivo y obligatorio. Boletín oficial de la República Argentina, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320> Consultado el: 20/04/2020.

Decreto 108/2020. Ministerio de Educación, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/226752/20200316> Consultado el: 21/06/2020.

Decreto 520/2020. Distanciamiento social, preventivo y obligatorio. Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/230245/20200608> Consultado el: 21/06/2020.

Delfos Consultora de Opinión Pública e Investigación de Mercado. (2017). Recuperado de: <https://www.delfoscba.com.ar/uso-de-redes-sociales-y-aplicaciones-en-cordoba/>

Fenoll Tome, V. (2011). Usuarios activos y pasivos. La interactividad de la audiencia en los medios digitales. El caso de la Fórmula 1 en Valencia. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (51).

Gobierno de la Provincia de Córdoba. (2010). Dirección General de Estadísticas y Censos. Disponible en: https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/5957e66a-f84b-47b6-9af6-88c968333870/download/desd_cn2010_colon_villa-allende.pdf Consultado el: 26/06/2020.

Indec. (2020). Valorización mensual de la canasta básica alimentaria y de la canasta básica total. Gran Buenos Aires. Disponible en: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/canasta_06_206B1F43F212.pdf Consultado el: 23/06/2020.

Instituto Milenio Villa Allende. (s.f.). Periódico El Milenio. Recuperado de: <https://institutomileniovillaallende.com/periodicoelmilenio/>

La Voz del Interior. (5 de agosto de 2019). Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp en Argentina: qué se usa más de acuerdo a la edad. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/tecnologia/facebook-twitter-instagram-y-whatsapp-en-argentina-que-se-usa-mas-de-acuerdo-edad>

La Voz del Interior. (20 de mayo de 2020). La morosidad en los colegios privados ronda el 60 por ciento. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/morosidad-en-colegios-privados-ronda-60-por-ciento>

Ley 9870/2010. Disponible en: https://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2012/06/edu_Ley98707.pdf Consultado el: 20/06/2020.

Ley 26206/2006. Ley de Educación Nacional. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/123542/norma.htm> Consultado el 20/06/2020. Consultado el: 20/06/2020.

McCombs, M. E. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.

McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

Meso Ayerdi, K. (2013). Periodismo y audiencias: inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios. *Cuadernos. Info*, (33), 63-73. Doi: <https://doi.org/10.7764/cdi.33.515>

Milan, S. y Gutiérrez, M. (2015). Medios ciudadanos y big data: la emergencia del activismo de datos. *Mediaciones*, 11(14), 10-26.

Municipalidad de Villa Allende. (2020). Informe Covid del 1/07: 0 casos de Covid-19 en el día. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de: <https://es-la.facebook.com/municipalidadvillaallende/photos/a.600504343317878/3460724180629199/?type=3&theater>

Municipalidad de Villa Allende. (2020). ¡No volvamos atrás! [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de: <https://es-la.facebook.com/municipalidadvillaallende/photos/a.127787453922905/3446186962082921/?type=3&theater>

Pérez-Soler, S. (2017). *Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Perfil. (7 de marzo de 2019). ¿Cómo surgió el movimiento Ni Una Menos? Recuperado de: <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/como-surgio-movimiento-ni-una-menos-2015.phtml>

Rheingold, H. (2011). Periodismo ciudadano: ¿Por qué las democracias deberían aprender de él? Y ¿por qué el periodismo digital no es suficiente? En Espiritusanto, O. y Gonzalo Rodríguez, P., *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación* (7-8). Barcelona, España: Editorial Ariel.

Riva Palacio, R. (2013). *Manual para un nuevo periodismo. Desafíos del oficio en la era digital*. México: Penguin Random House Grupo Editorial.

Sánchez, G. y Espiritusanto, Ó. (2014). Periodismo ciudadano: argumentos a favor y en contra. *Cuadernos de periodistas* (27).

Sánchez-Guijaldo Pintor, M. P. (2017). Periodismo ciudadano, ¿un nuevo fenómeno de periodismo? *Documentación de las Ciencias de la Información*, 40, 31-54.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España: Gedisa.

Segura, M.S. (2020). Derecho a la comunicación, medios comunitarios y sus trabajadores/as. En *Cuando aumentan las necesidades, son aún más importantes las libertades* (97-100). FOPEA.

The New York Times. (30 de enero de 2020). Lina Ben Mhenni, 36, 'a tunisian girl' who confronted régime, dies. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2020/01/29/world/middleeast/lina-ben-mhenni-dead.html>

Unidad Educativa Maryland. (s.f.). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/>

Unidad Educativa Maryland. (s.f.). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/f-o-l-i/>

Unidad Educativa Maryland. (s.f.). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/nuestro-blog/>

Unidad Educativa Maryland. (2017). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/proyecto-endulzando-la-esperanza/>

Unidad Educativa Maryland. (2018). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/wp-content/uploads/2015/08/AEC-N.-MEDIO-cuaderno-2018.doc>

Unidad Educativa Maryland. (2018). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/taller-conjunto-de-ceramica-de-alumnos-de-segundo-en-la-escuela-juana-manso/>

Unidad Educativa Maryland. (2018). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/trabajo-en-el-proyecto-huerta-primer-ano/>

Unidad Educativa Maryland. (2019). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/campana-copa-de-leche/>

Unidad Educativa Maryland. (2019). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/tu-cuadrado-abriga-proyecto-solidario-5to-grado/>

Unidad Educativa Maryland. (2019). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/proyecto-de-extension-comunitaria-geriatrico-los-pinos/>

Unidad Educativa Maryland. (2019). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/taller-de-sensibilizacion-a-la-tercera-edad/>

Unidad Educativa Maryland. (2020). Recuperado de: <http://www.maryland.edu.ar/104-clases-semanales-por-zoom-nivel-primario/>

Unidad Educativa Maryland. (2020). Recuperado de: <https://salade4maryland.blogspot.com/>

Unidad Educativa Maryland. Resistencia En Casa. Ed. Fis. C.B [Actualización de Instagram]
Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CBydcbujuvTE/>

Ure, M. y Parselis, M. (2010). Una ética autorregulada para el periodismo ciudadano. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* 7(12), 19-32.