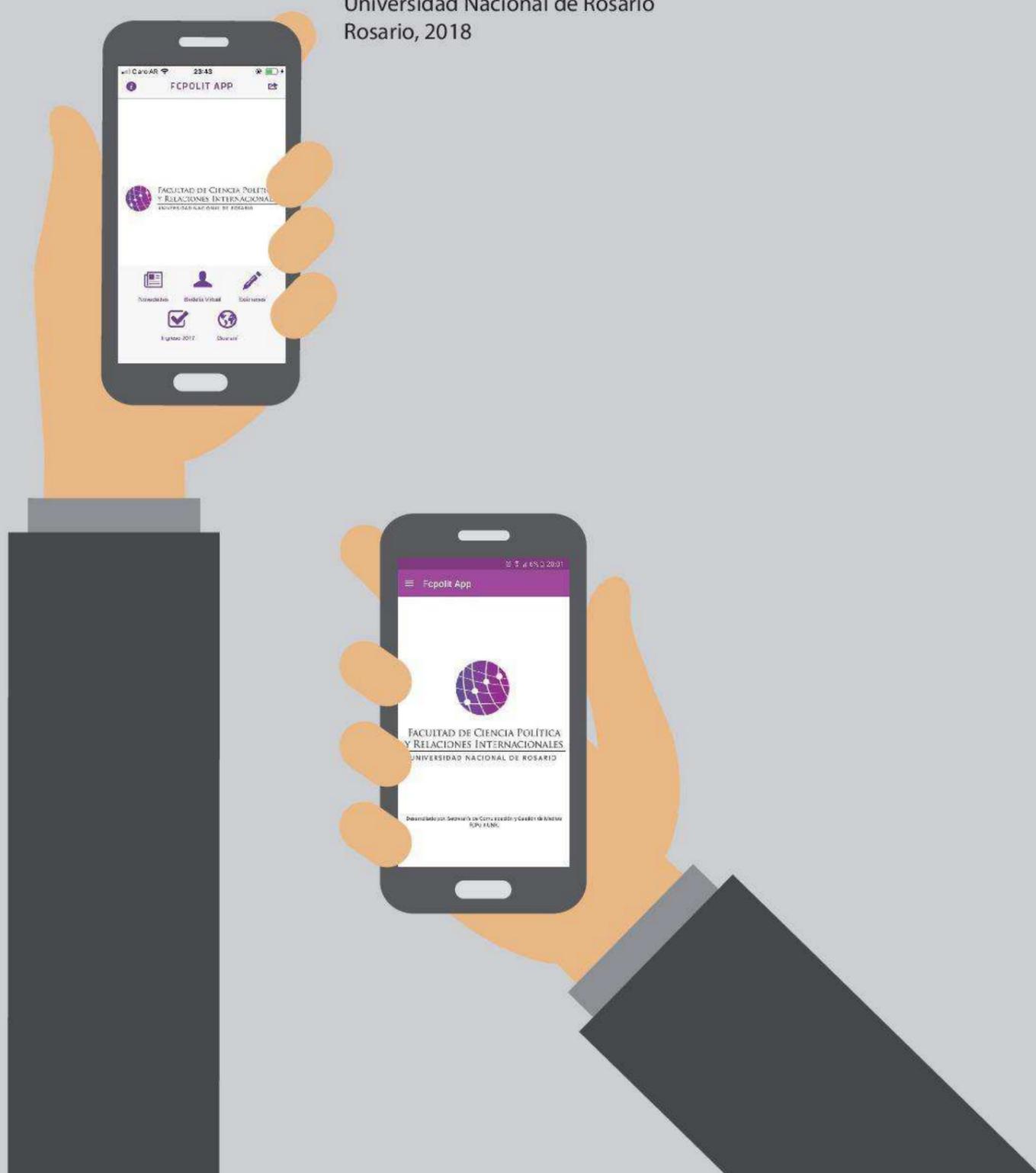


La comunicación en contextos de movilidad: nuevos desafíos para las instituciones de educación superior.

El caso de la aplicación móvil de la Facultad de Ciencia Política y RR. II

Tesina de Grado
Autora: Rafaela Carrere Gómez
Legajo: C- 2621/2
Director: Lic. Cristian Azziani
Licenciatura en Comunicación Social
Facultad de Ciencia Política y RR.II
Universidad Nacional de Rosario
Rosario, 2018



Hoja de evaluación

Carrere Gómez, Rafaela. Legajo: C-2621/2. "La comunicación en contextos de movilidad: nuevos desafíos para las instituciones de educación superior. El caso de la aplicación móvil de la Facultad de Ciencia Política y RR.II. UNR". Tesina de Grado presentada a la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario como parte de los requisitos necesarios para la obtención del título de Lic. en Comunicación Social. Rosario, 2018.

Resumen

La presente investigación es un estudio de carácter exploratorio sobre las transformaciones acaecidas en las formas de entablar conversaciones por parte de la Facultad de Ciencia Política y RR.II de la U.N.R con sus estudiantes a partir del desarrollo de una aplicación móvil propia. Para poder abordar dicha problemática, se presenta un recorrido teórico con el fin de comprender el contexto en el cual se enmarca la temática y luego se busca conocer los puntos de vista y valoraciones de los diversos actores involucrados. Al analizar el objeto de estudio se toman en cuenta el enfoque de diferentes disciplinas pertenecientes al campo de la comunicación social. Entre ellas, la perspectiva sobre las mediaciones y consumos culturales (Martín Barbero, 1987; García Canclini, 1995), las hipermediaciones (Scolari, 2008), el paradigma de la movilidad (Amar, 2011), y aquella que se enfoca en las organizaciones como conversaciones (Flores, 1997).

La tesina indaga específicamente las motivaciones y contextos que llevaron a la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios a desarrollar una *app* móvil propia, y cómo la misma se conjuga con los medios de la institución ya existentes. A su vez, se busca conocer de qué manera la comunidad estudiantil se apropia de este dispositivo.

Palabras claves: *movilidad, consumo, mediaciones, comunicación, aplicación móvil.*

ÍNDICE

1. Introducción	5
1.1. Metodología.....	7
1.2. Técnicas de recolección de datos	8
1.3. Estructura del trabajo	9
2. Marco Teórico	11
2.1. Acerca de la noción de consumo.....	11
2.2. Hacia un sujeto móvil	12
2.3. Mediaciones	14
2.4. De un no lugar a otro.....	15
2.5. El paradigma de la movilidad y la nueva forma de comunicar.....	18
2.6. Las organizaciones en el contexto móvil	19
3. Análisis del caso de estudio	21
3.1. La gestión de la comunicación de la Facultad de Ciencia Política y RR.II: la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios.....	21
3.1.1. Medios digitales gestionados por la Secretaría	21
3.1.1.1. Sitio web.....	22
3.1.1.2. Redes Sociales: Facebook, Twitter e Instagram	24
3.1.1.3. Aplicación Móvil.....	26
3.2. La aplicación móvil desde la mirada de los estudiantes.....	30
3.2.1. Encuestas: algunos resultados	32
3.3. Secretaría Estudiantil: ampliando la perspectiva de la facultad	42
4. Conclusiones	44
5. Bibliografía	48
6. Anexos	52

1. INTRODUCCIÓN

El pasaje del mundo analógico al mundo digital trajo aparejadas transformaciones en el ámbito político, económico, social y cultural. Algunos autores califican a la presente como una “sociedad del conocimiento” o “sociedad informatizada” (De Pablos, 1998), donde las relaciones sociales, laborales y culturales que se establecen se hallan mediadas por la tecnología. Uno de los factores claves que desencadenó este nuevo panorama fue la aparición de Internet en los años ‘60, cuando en plena Guerra Fría Estados Unidos decide crear una red militar para poder tener acceso a la información desde cualquier punto del mundo (Piscitelli, 2005, p.6). En ese momento parecía impensable que pudiese existir una Internet comercial y mucho menos una red de comunicación universal. Pero en 1991 el nacimiento de la World Wide Web lo hizo posible. El panorama indicaba que nada podría ser más disruptivo que esto. Sin embargo, un importante hito volvió a evolucionar el curso de las interacciones de las personas entre ellas y con la tecnología: la aparición del primer teléfono inteligente el 16 de agosto de 1994 (Valero, 2014). Simon, nombre con el que IBM llamó a este primer dispositivo, fue el puntapié inicial que originó una serie de cambios en la esfera social y que hoy en día siguen transformándonos a nosotros y a nuestro entorno.

En este contexto

“La rutina de los habitantes de las megalópolis se ve profundamente afectada por el uso de dispositivos móviles. Aún en su versión más actual, el teléfono móvil representa sólo la primera ola de un torrente de tecnologías personales que promueven en los usuarios transformaciones fundamentales en la percepción de ellos mismos y del mundo” (Igarza, 2009, p.27).

Si bien los teléfonos ya son un avance tecnológico muy importante en sí mismo, los cambios que éstos generan en las relaciones humanas son aún mayores. Los usuarios de teléfonos móviles no son los mismos que aquellos que sólo accedían desde la computadora de escritorio. En la actualidad, según un estudio realizado por la consultora StatCounter¹ el acceso online desde smartphones y tabletas representa el 51,3% del uso de Internet a nivel global superando así a aquellos que lo hacen a través de computadoras de escritorio.

¹StatCounter es una reconocida empresa con base en Dublín que ofrece herramientas para el análisis de tráfico en la web. Además se encargan de confeccionar estadísticas globales sobre la temática. En este caso, se estudió desde dónde accedían los usuarios a la web, comparando los teléfonos celulares, tablets y computadoras en el período comprendido entre octubre 2009 y octubre 2016.

El contexto en el que se ven inmersos los usuarios cambió y así también lo hicieron sus prácticas de consumo: “utilizan varias plataformas al mismo tiempo (televisión, computadora, celulares, por ejemplo) y migran de una plataforma tecnológica a otra” (Castro, 2011, p.72). Este proceso se ve complejizado por la “convergencia de medios”, término acuñado por Jenkins (2008) que juega un papel fundamental al abordar los estudios del consumo. Según este autor “se está erosionando la relación de uno a uno que solía existir entre un medio y su uso” (Jenkins, 2008, p.21) a raíz de que en los últimos años los dispositivos tecnológicos son cada vez más híbridos, tanto desde los usos como de sus lenguajes (por ejemplo, podemos escribir mensajes, mirar películas, filmar videos y tomar fotos desde un teléfono móvil y sin la necesidad de recurrir a ningún otro medio). Pero no sólo esto mutó, sino que también lo hicieron las personas. En la actualidad, el ser humano está en constante movimiento y siente además la necesidad de estar conectado en todo momento y en cualquier lugar. Los distintos tipos de smartphones aparecieron como tecnologías potenciadoras de esta situación.

En este marco de nuevas formas de relación entre las tecnologías y las personas -caracterizadas por la movilidad- se presentan nuevos desafíos para la gestión de la comunicación en las instituciones. Diferentes organizaciones públicas y privadas se están haciendo eco de estos fenómenos y comienzan a ver de forma imperiosa la necesidad de conocer los comportamientos de sus interlocutores y aggiornar sus estrategias de comunicación para poder dialogar con ellos de la mejor manera. Ante este fenómeno, las instituciones de educación superior, como las universidades, deben ser capaces de adaptar aquellos discursos que entablan con sus comunidades a los nuevos escenarios que presenta la incorporación de dichas tecnologías móviles. Como parte de los principios de este nuevo contexto, en el año 2016 la Facultad de Ciencia Política y RR.II. (de ahora en adelante, FCPOLIT) de la Universidad Nacional de Rosario desarrolló una *aplicación móvil*² de comunicación para entablar conversaciones con su estudiantes.

Esta tesina intentó aportar conocimiento sobre lo expuesto anteriormente. Su desarrollo se enmarca dentro de la problemática de la apropiación y el consumo cultural de las tecnologías de telefonía móvil, particularmente a partir de los dispositivos conocidos como “aplicaciones móviles” en el contexto de la gestión de la comunicación en Instituciones de Educación Superior. En concreto, se tomó

²Una aplicación móvil, aplicación, apli o app (acortamiento del inglés application) , es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Las aplicaciones permiten al usuario efectuar un conjunto de tareas de cualquier tipo —profesional, de ocio, educativas, de acceso a servicios, etc.—, facilitando las gestiones o actividades a desarrollar. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_m%C3%B3vil

como caso de estudio la aplicación móvil de FCPOLIT³. Se buscó indagar las transformaciones acaecidas en las formas de entablar conversaciones por parte de esta institución académica con sus estudiantes.

El abordaje de esta investigación partió de la hipótesis que afirma que el uso de smartphones conlleva nuevas prácticas de comportamiento por parte de los usuarios y que “dan lugar a experiencias inéditas de intercambio social” (Scolari, 2008). Una serie de preguntas fueron el puntapié inicial para comenzar a pensar esta temática: ¿Cuáles son las potencialidades de las aplicaciones móviles para la comunicación institucional?, ¿qué diferencia a la aplicación de los otros espacios y medios digitales de la Facultad?, ¿cuál es el perfil de quienes utilizan estas nuevas tecnologías?

En resumen, a partir de estos interrogantes se estableció indagar acerca de las transformaciones en las conversaciones y modos de relacionarse entre la FCPOLIT y sus estudiantes, en el marco de la gestión de la comunicación móvil. De este modo se pretendió como objetivo específico identificar las características de la aplicación en comparación con otros espacios virtuales de comunicación de esta institución (redes sociales, página web, boletines electrónicos, etc.). Y a su vez se contempló conocer las motivaciones institucionales y comunicacionales para el desarrollo de una aplicación móvil propia. Y por último se buscó describir los usos y apropiaciones de dicho dispositivo por parte de los estudiantes de las cuatro carreras⁴ que se dictan en su interior.

1.1. Metodología

El proceso de investigación se enmarcó dentro del *paradigma interpretativo*, cuyo supuesto básico es "la necesidad de comprensión del sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los participantes" (Vasilachis de Gialdino, 1992, p.22). En este caso se estudió el fenómeno en cuestión desde un contexto particular y se recuperó la perspectiva de los participantes en este proceso, tanto del personal de la institución encargado del desarrollo de la aplicación como de los actores sociales a quienes está destinada dicha herramienta (los estudiantes).

³El desarrollo, tanto como la administración de contenidos y su gestión integral es direccionado por la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios de la unidad académica en cuestión.

⁴Al momento de realizar esta tesina la FCPOLIT contaba en su oferta de formación de grado con las siguientes carreras: Lic. en Comunicación Social, Lic. en Ciencia Política, Lic. en Trabajo Social y Lic. en Relaciones Internacionales. Posteriormente incorpora la carrera de Lic. en Turismo (desarrollada conjuntamente con la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas de la UNR); por lo cual, para el desarrollo empírico destinado a conocer los usos y apropiaciones de la aplicación móvil por parte de los estudiantes fueron considerados aquellos de las primeras cuatro carreras mencionadas.

Además, cabe aclarar que esta tesina es de carácter exploratorio. Como diseño metodológico es el más adecuado para indagar temáticas sobre las que hay poco conocimiento, tal como se consideró que fue éste. Hasta el momento no existen otras investigaciones que estudian la comunicación móvil en el ámbito de las Instituciones de Educación Superior y sus transformaciones en los modos de comunicarse con sus estudiantes.

1.2. Técnicas de recolección de datos

Para llevar adelante este estudio, además, se utilizaron *métodos cualitativos de investigación* que "suponen y realizan los postulados del paradigma interpretativo" (Vasilachis de Gialdino, 1992, p.31). Para la recolección de datos se recurrió a dos tipos de fuentes de información: *primarias* y *secundarias*. Las primeras "contienen información original no abreviada ni traducida [...] Se les llama también fuentes de información de primera mano" (Bounocore, 1980, p. 229). Proveen testimonios o evidencia directa sobre el tema de investigación y un punto de vista "desde adentro" del evento en particular. En este caso, se realizaron entrevistas en profundidad, las cuales consisten en "encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras" (Taylor y Bogdan, 1996, p.101). Estas entrevistas fueron realizadas a dos informantes claves: una de ellas, María Inés Carreras, integrante de la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios, quien participó activamente en el desarrollo de la aplicación en cuestión. Su testimonio contribuyó a comprender cómo conciben desde esta Secretaría a su público, y cuáles fueron las razones por las cuales creyeron necesario que la facultad cuente con esta herramienta. Además se entrevistó a Lucila Dattilo, Secretaria Estudiantil de la Facultad, luego de que una encuesta realizada a los estudiantes -en el marco de esta tesina y que se detalla más adelante- manifestó que los mismos ingresan a la aplicación para realizar trámites y chequear información que frecuentemente se provee desde el área a su cargo. En base a su testimonio se pudo conocer qué cambios introdujo la incorporación de la aplicación en la rutina de la Secretaría y en su relación con la comunidad estudiantil de FCPOLIT. Con respecto a la fuente de información secundaria, la cual "contiene datos o informaciones reelaborados o sintetizados..." (Bounocore, 1980, p. 229), se tuvo en cuenta las puntuaciones y comentarios que los usuarios realizaron en Google Play Store acerca de la aplicación con el fin de reconocer, en primera instancia, sus valoraciones sobre la misma.

Por otro lado, quien escribe esta tesina es al mismo tiempo una usuaria de la aplicación móvil que se abordó en este estudio, por lo que se puso en práctica

la *observación participante*, donde el rol del investigador/a “forma parte del contexto bajo su observación” (De Souza Minayo, 2012, p.76). Al ingresar y recorrer la interfaz de la aplicación para examinar sus contenidos se experimentaron en primera persona algunos de los factores a tratar en este trabajo.

Este enfoque cualitativo se complementó también con una metodología cuantitativa de recolección de datos, por lo que fue necesaria una "triangulación metodológica" (Vasilachis de Gialdino, 1992, p.37). Esta convergencia de métodos y de fuentes de datos permitió abordar el objeto de estudio desde diferentes miradas para tratar de alcanzar un panorama más integral de la temática. Se utilizó como herramienta de recolección de datos una encuesta cerrada dirigida a los estudiantes de las cuatro carreras (Lic. en Ciencia Política, Lic. en Relaciones Internacionales, Lic. en Trabajo Social y Lic. en Comunicación Social) de la facultad en cuestión. Este relevamiento de datos se efectuó en los meses de noviembre y diciembre de 2017 y se realizó tanto de manera online (a través de un Google Form publicado en diversos grupos de Facebook de la facultad y enviado por correo electrónico), como de forma presencial. Participaron 120 estudiantes y el muestreo se conformó bajo la modalidad “al azar simple”, en la cual “cada individuo que será un caso de persona encuestada, posee la misma probabilidad de ser seleccionado”⁵. Cabe aclarar que en este muestreo la mayor cantidad de alumnos encuestados resultaron ser estudiantes de Comunicación Social y esto puede deberse a que es la carrera con mayor cupo dentro de la Facultad⁶. Los datos obtenidos y su posterior ponderación contribuyeron a entender la mirada de los alumnos que utilizan la aplicación de la facultad, conocer qué usos le dan a la misma y las razones que los motivaron a descargársela.

1.3. Estructura del trabajo

Este trabajo se estructura en tres partes. La primera está destinada a contextualizar teóricamente el objeto de estudio. Para ello se abordan diferentes categorías como la de **consumo** (Martín Barbero, 1987; García Canclini, 1995) descrito desde el enfoque de los estudios culturales, que permite posicionar al objeto de este trabajo lejos de las visiones instrumentalistas y hacer énfasis en su capacidad de reflejar procesos sociales de una sociedad determinada. Por otra

⁵"Muestra al azar simple: características, ventajas y desventajas" en Blogspot.com. Consultado el día 24/04/18. Disponible en:

<http://encuestasdeopinion.blogspot.com.ar/2011/09/muestra-al-azar-simple-caracteristicas.html>

⁶Según el boletín estadístico N° 68 sobre los alumnos de la UNR del año académico 2016 confeccionado por la Dirección General de Estadística Universitaria y publicado en octubre del 2017, el total de alumnos ingresantes en la Licenciatura de Comunicación Social era de 1766. Siendo esta carrera la de mayor cantidad de personas.

parte, se aborda la problemática de las **hiperaudiencias** (Maestri, 2010) y cómo éstas se ven influenciadas por la aparición de un nuevo paradigma: el de la movilidad, que da origen a un nuevo sujeto. Para poder comprender a estos nuevos actores y el proceso comunicacional en el que se inscriben se tomó en cuenta, además, la noción de **mediaciones** que aporta Martín Barbero (1987) y luego ampliada por el enfoque de las **hipermediaciones** (Scolari, 2008). Además, se analizaron los cambios que el paradigma de la movilidad trajo aparejados en lo que Augé (1992) denominó como **“lugares”** y que será puesto en jaque con la introducción de la idea de los **“no lugares”**. Por último, como la temática de esta tesina tiene como escenario una institución, se estableció el marco conceptual acerca de las **organizaciones como conversaciones** (Flores, 1997). En último lugar y para reflexionar sobre las implicaciones que tuvo en ellas la aparición de la **“mCommunication”** (Logan y Scolari, 2014) y el nuevo contexto móvil.

En una segunda parte se presenta el estudio de caso: en primer lugar se exponen las motivaciones que llevaron a la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios a desarrollar una aplicación móvil y se describen los diferentes medios de comunicación que utilizan. Estos datos fueron recopilados a partir de una entrevista a María Inés Carreras, integrante de la Secretaría en cuestión. Además, se mencionan las particularidades de la aplicación en sí y se presentan los resultados de una encuesta cerrada a los estudiantes que buscó conocer qué usos hacen de ella. Luego de analizar las respuestas de los encuestados, se creyó necesario incorporar la mirada de Secretaría Estudiantil, área de la facultad que también tuvo que adaptarse a la incorporación de un nuevo espacio de comunicación como es la aplicación móvil. A partir del testimonio de Lucila Dattilo, responsable de ésta área, se pudo ampliar el punto de vista de la institución con respecto al objeto de estudio y cómo adaptó sus conversaciones con la comunidad estudiantil.

En la tercera y última parte se exponen a modo de conclusiones, una serie de consideraciones tendientes a responder el objetivo general de la tesis: conocer las transformaciones relacionadas con las formas de entablar conversaciones de la Facultad de Ciencia Política y RR.II con sus estudiantes, a partir de la gestión y producción de una aplicación propia en el contexto de la comunicación móvil. A modo de reflexiones se buscó resolver los interrogantes planteados en el marco teórico y presentar algunas interpretaciones sobre los datos recolectados en la investigación. Como ya se dijo, esta tesina al tratarse de un estudio de carácter exploratorio, no busca establecer respuestas definitivas o verdades absolutas sino un primer acercamiento a la temática y abrir nuevas inquietudes.

2. MARCO TEÓRICO

Desde el punto de vista teórico esta tesina busca formular un marco conceptual que permita abordar su objeto de estudio de manera interdisciplinar, a través de aportes de diferentes áreas de conocimientos del campo de la comunicación social. Entre ellas, la perspectiva sobre las mediaciones y consumos culturales (Martín Barbero, 1987; García Canclini, 1995), las hipermediaciones (Scolari, 2008), el incipiente paradigma de la movilidad (Amar, 2011), y aquella que se enfoca en las organizaciones como conversaciones (Flores, 1997). A continuación se desarrollarán los supuestos conceptuales de cada una de ellas en relación al objeto de estudio.

Acerca de la noción de consumo

En la tradición de los estudios de la comunicación una serie de autores ponen el foco en la necesidad de analizar los procesos de comunicación desde el consumo de bienes culturales en una sociedad determinada. En este sentido, desde los estudios culturales latinoamericanos, los aportes de García Canclini (1995) y Martín Barbero (1987) han sido fundamentales porque señalaron la importancia de esta temática “en un momento en que la preocupación dominante en los estudios sobre cultura y comunicación en América Latina todavía era el análisis de los mensajes en los medios masivos en tanto soportes de la ideología de la dominación” (Sunkel, 2002, p.2).

Lejos de tratar de abordar la temática del presente trabajo desde una visión conductista, donde el consumo se ve reducido a una simple relación entre necesidades y los bienes creados para satisfacerlas, se trató de reflexionar sobre la irrupción del teléfono móvil como uno de los principales dispositivos de consumo que en la actualidad hace “visible y estable las categorías de una cultura” (Douglas e Isherwood, 1979, p.74). Más allá de los usos prácticos que se les pueden asignar al uso de smartphones y las diversas aplicaciones que se descarguen en ellos, estas mercancías “sirven para pensar” y “dar sentido” (García Canclini, 1995) a lo que nos rodea.

Entonces, siguiendo esta línea, se entiende como consumo a lo que García Canclini define como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos”(1995, p.2). De esta manera, en esta investigación se entiende a la aplicación móvil de la facultad, no sólo como un simple medio para satisfacer gustos, antojos, deseos o necesidades sino como un espacio clave para pensar y entender los comportamientos sociales de los actores involucrados (en este caso, los estudiantes de la FCPOLIT).

Es pertinente mencionar también la mirada de Martín Barbero, la cual está íntimamente relacionada con el la perspectiva desarrollada por el autor anteriormente mencionado, quien considera que el consumo:

“[...]no es sólo reproducción de fuerzas, sino también una producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales”. (Martín Barbero, 1987, p.231)

El autor hace hincapié no sólo en la producción de sentidos, sino que le otorga al consumidor un papel activo: de apropiación y de resignificación de aquello que consume. Esta contribución es de especial importancia a la hora de analizar a quienes son los consumidores de la aplicación de la Facultad y al tratar de dilucidar la apropiación que hacen de la misma. Teniendo en cuenta lo planteado por los autores en relación con la temática de esta investigación, se puede decir, entonces, que se concibe a la aplicación de la facultad como un reflejo de las prácticas y el contexto social en el que están inscriptos los estudiantes, y también se tienen en cuenta los usos que hacen de la misma.

Hacia un sujeto móvil

Si hablamos de consumo se hace necesario describir al sujeto que se encuentra detrás de esta acción. Sin embargo, llegar a una definición acabada se convierte en una tarea casi imposible ya que la concepción que se tiene del mismo ha cambiado a lo largo de los años y es fuente de constante debate. Y es así ya que esta noción muta según el paradigma comunicacional desde el cual se estudie y principalmente porque “cada vez que ha surgido un nuevo medio, se han disparados argumentos a favor y en contra sobre las posibilidades de las audiencias en relación a ese medio” (Maestri, 2010, p.127).

Dejando atrás el esquema de la teoría de la información, donde ésta entiende al proceso de comunicación se transmitía de manera unidireccional, de un emisor a un receptor pasivo por un canal determinado; en los últimos años ha cobrado fuerza la concepción del sujeto como “prosumidor”. Según Scolari (2013), con el advenimiento de las *narrativas transmedias*⁷ se da comienzo a un nuevo perfil de consumidor, devenido en prosumidor, el cual conjuga los roles productor/consumidor. Esta concepción se vio aún más reforzada con la aparición

⁷La narrativa transmedia “es un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013, p.344).

y uso intensivo de las Redes Sociales (de ahora en más se utilizará su abreviatura RRSS), espacios que se basan en el intercambio y la producción de contenidos propios por parte de los usuarios.

Por otra parte, hay quienes postulan la idea de “hiperaudiencias”: “audiencias interconectadas entre sí y con habilidades comunicativas adquiridas en el ambiente altamente mediatizado” (Maestri, 2010, p.129). Se caracterizan por estar constituidas por “sujetos con comportamientos migratorios capaces de deambular por distintos dispositivos tecnológicos” (Ídem). Este abordaje de las audiencias además de hacer énfasis en el carácter activo de los sujetos, tiene en cuenta la convergencia en la que se ven inmersos, la cual “no sólo es tecnológica o de medios sino que también se manifiesta en el ámbito de la recepción” (Ídem).

En este marco, también un nuevo factor cobra importancia a la hora de trazar el perfil de estos sujetos: la movilidad. Desde los inicios de la humanidad, el hombre fue nómada y, con el desarrollo de nuevas tecnologías, se ha profundizado aún más. La incorporación de la telefonía móvil, particularmente los smartphones, posibilitaron que la naturaleza migrante del humano se exacerbe en grandes niveles. Al respecto, G. Amar (2011) asegura que una persona ya no se definirá por el lugar en el que vive u otros caracteres fijos sino “por su modo de moverse, de vivir en movimiento, de integrar su movilidad a su modo de vida, de consumo, de trabajo, de informarse y encontrarse con los otros” (p.39). En resumen, el autor afirma que estamos frente a la era del “*homo mobilis*”, quien posee como característica inherente ser móvil.

De esta manera, según esta perspectiva, el hombre es ahora una “persona ampliada”. El individuo moderno cuenta con algo más que sus piernas y cerebro para movilizarse, “los instrumentos de los que está dotado se parecen a los órganos de la percepción, de la comunicación y de la acción a distancia” (Amar, 2011, p.57). Esta noción puede ligarse fuertemente con lo que Marshall McLuhan describió en su escrito *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano* (1964):

“Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación” (Ibídem, pp. 25-26).

Ningún otro dispositivo sintetiza tan claramente todas estas características, enunciadas a lo largo de estas páginas, como el teléfono móvil. Hoy en día es

imposible imaginar la vida sin un celular, tal es así que se siente como una extensión de la mano que potencia todos los sentidos (auditivo, visual e incluso táctil). Tampoco es posible concebir un sujeto en un completo estado de quietud: “[...] el calzado deportivo y, sobre todo, el teléfono móvil, el smartphone, son los emblemas del *homo mobilis* fluido y conectado del siglo XXI” (Amar, 2011, p.36).

Lo que intenta esta tesina es conocer cómo la aparición de este nuevo sujeto modifica las relaciones entre ellos y las instituciones, más específicamente en el marco de la FCPOLIT y su comunidad estudiantil. Asimismo se prestó suma atención en este caso a cómo esta nueva caracterización influyó a la hora de apropiarse de la aplicación que lanzó esta unidad académica y de qué forma la utilizan sus estudiantes. En consecuencia, el carácter de movilidad de este sujeto que se acaba de describir, se vuelve una categoría central para el análisis que se expondrá más adelante.

Mediaciones

Otra de las categorías conceptuales que adquiere gran importancia en esta tesina es la de mediaciones. La misma fue propuesta por Jesús Martín Barbero, para dar cuenta de la importancia del consumo por medio de su crítica al “mediacentrismo” y su elaboración de la categoría de mediaciones. En el libro *De los medios a las mediaciones* (1987) aporta una mirada diferente a los estudios en comunicación que superó la percepción instrumentalista de los medios y posicionó al estudio de la comunicación en una teoría cultural. Siguiendo este nuevo enfoque, Martín Barbero afirma que toda investigación debe partir de las mediaciones, las cuales son entendidas como:

“...ese lugar desde el que es posible percibir y comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: que lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estratagemas comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver” (Ibídem, p.233).

Estos “lugares” serían aquellos espacios donde se desarrollan las prácticas cotidianas de los consumidores y donde se estructuran los usos sociales de los medios de comunicación. Es aquí en donde debe hacerse foco al estudiar los nuevos avances tecnológicos en vez de sólo analizar las lógicas de su producción y recepción en la sociedad.

Ahora bien, este concepto es fundamental para el abordaje de la temática pero la realidad es que transcurrieron tres décadas desde lo postulado por Martín

Barbero y, por lo tanto, el panorama experimentó varios cambios, y con ellos la reflexión teórica al respecto. Como una nueva versión del término, Scolari llamará “hipermediaciones” a aquellas que emergen del ecosistema de medios tradicionales que estudió Martín Barbero y los transforman.

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se logró mayor conectividad, intercambio, colaboración e incluso participación y producción por parte de los usuarios, quienes ahora utilizan una gran variedad de medios. Estas nuevas formas colaborativas de comunicación junto a la proliferación de nuevos espacios para entablar conversaciones marcan una ruptura con lo expuesto por Martín Barbero. Su estudio se enmarcaba en “un proceso social bien determinado -la constitución de un sujeto histórico desde los comienzos de la Modernidad [...] donde los medios de difusión de masas cumplieron, un papel fundamental” (Scolari, 2008). En la actualidad esto se pone en cuestionamiento porque “tanto las identidades colectivas como los medios masivos no tienen ni el poder ni la homogeneidad” (Scolari, 2008) con la cual contaban en la Modernidad.

Es dentro de este contexto de múltiples medios y con las identidades colectivas cada vez más fragmentadas que Scolari acuña el término “hipermediaciones” y destaca que al emplearlo:

“...no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a los procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí”. (2008)

Teniendo en cuenta lo que ambos autores plantean, en la presente tesina se trató de dilucidar cuáles son esos “lugares” que habitan los usuarios de la aplicación elegida y cómo condicionan la apropiación del producto comunicativo. Pero en este punto, y teniendo en consideración el sujeto esencialmente móvil, se hace presente un nuevo interrogante: ¿pueden definirse concretamente estos “lugares”? Partiendo de la premisa que en la actualidad el sujeto se caracteriza por ser nómada y verse inscripto en numerosos espacios al mismo tiempo ¿puede verse reducido a un solo lugar concreto y delimitado?

De un No Lugar a otro

Como ya se ha mencionado, las transformaciones de las nuevas tecnologías trajeron aparejados cambios en las formas de consumo y en la concepción que ahora se tiene de los sujetos. Pero al adentrarnos en el paradigma de la movilidad empiezan a mutar también los “lugares” en los que nos vemos

inmersos, de tal manera que “la noción misma de lugar parece a menudo caída en desuso; al menos en lo que tiene de estable, de arraigo o de perenne” (Amar, 2011, p.46). En una sociedad cada vez más nómada, el sujeto ya no se ve atado a ciertos espacios fijos como pueden ser el hogar y la familia, sino que empieza a pasar más tiempo en movimiento. Un nuevo espacio comienza a cobrar más fuerza, haciendo que lo que normalmente se considera como “lugares” pase a un segundo plano. Nos encontramos entonces con el antecedente de lo que Marc Augé (1992) denominó como “no lugares”. El autor afirma que: “si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar” (Ibídem, p.44). Y la sobremodernidad, denominación que utiliza el autor para referirse al período posterior a la Modernidad, será fundamentalmente productora de estos no lugares.

Suele pensarse que nuestra vida pasa exclusivamente por los lugares: donde vivimos, comemos, trabajamos, etc. y que nuestros movimientos sólo son relevantes en la medida que nos permiten llegar a ellos. Pero en una sociedad móvil el movimiento tiene valor en sí mismo y se transforma en el estado “natural” en el que vivimos. Se puede dar cuenta de esto especialmente al analizar lo que hacemos día a día casi inconscientemente, aquello que ya es parte de nuestra cotidianeidad como por ejemplo viajar en colectivos de una parada a otra, hacer compras en el supermercado, esperar en un banco o incluso descansar en un parque. Parecería que ahora vivimos más en estos “no lugares”, o incluso en el tránsito de uno a otro, o en todos a la vez; que en aquellos espacios fijos que nos definían como sujetos.

En este punto es necesario señalar, cómo los "no lugares" también abren paso a nuevas características del sujeto móvil. Podría pensarse que, con el desarrollo de las nuevas TICs que facilitan la interconexión entre varias personas, los no lugares no estarían exentos a que algo similar sucediera en ellos. Sin embargo, “el espacio del no lugar no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud” (Ibídem, p.57). La persona móvil ya no se ve enmarcada en un “lugar antropológico” donde se construyen las identidades, sino que el espacio de la sobremodernidad se regirá por una contradicción: “sólo tiene que ver con individuos (clientes, pasajeros, usuarios) pero no están identificados, socializados ni localizados (nombre, profesión) más que a la entrada o a la salida” (Ibídem, p.61). Con esto el autor quiere decir que el individuo es lo que hace y experimenta como usuario o pasajero, se limita a cumplir un rol provisorio y a relacionarse con otros que estén cumpliendo un rol semejante. Y esto se desencadena primordialmente porque nos movilizamos de manera tal que nos relacionamos más con textos que con personas: “la mediación que establece el vínculo de los

individuos con su entorno en el espacio del no lugar pasa por las palabras” (Ibídem, p.52). Supongamos que estamos recorriendo un aeropuerto (uno de los ejemplos más claros de un no lugar), nos guiamos hacia dónde ir gracias a los innumerables carteles que nos indican el camino y van construyendo nuestra movilidad. Según Marc Augé, estas órdenes que provienen de los avisos, interpelan a cada uno de nosotros, no importa a quién específicamente, y nos individualiza al mismo tiempo que nos hace semejantes a otros viajeros.

Podría decirse que lo mismo sucede con el uso de las aplicaciones móviles. Si se toma como ejemplo la aplicación móvil de la facultad, se puede decir que recorreremos con la mirada las diferentes opciones que nos van guiando hacia dónde debemos ir si, por ejemplo, queremos consultar las mesas de exámenes de determinadas materias. De esta manera, los usuarios de la aplicación no tenemos relación directa con algún personal de la institución, sino que es el texto quien guía el camino a trazar y apela a la persona individual que con su dedo se va desplazando por la pantalla del teléfono móvil. Al mismo tiempo nos hace entablar una relación de semejanza con los demás usuarios de la aplicación, en el sentido de que todos somos usuarios y tenemos la misma información disponible.

Al hablar de la configuración de nuevos espacios y del recorrido que hace el sujeto móvil en ellos, es fundamental complementar el análisis con la perspectiva propuesta por Michel De Certeau en su estudio de lo cotidiano (1980). El autor toma como objeto de estudio las “maneras de hacer” y las define como “las mil prácticas a través de las cuales los usuarios se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural” (1980, p.44). Al decir esto, De Certeau afirma que el sujeto es productor de su cotidianeidad y no es un mero actor pasivo. En este sentido, el sujeto vive su movilidad conforme a sus necesidades, siguiendo sus propias reglas y utilizando “tácticas”, las cuales, según esta perspectiva, le permitirán romper con el orden imperante y vivir sus propias “maneras de hacer”. Tal es así que el sujeto es capaz de, por ejemplo, configurar sus propios recorridos en la ciudad: decidir qué calles andar o qué atajo le conviene tomar.

Este poder de decisión y autonomía por parte de los sujetos se ve potenciado ahora con la incorporación de los smartphones. El acceso a internet y a diversas aplicaciones, enriquecen el tiempo móvil de la persona y hacen que se desplace de manera más eficiente. Por ejemplo, al utilizar el gps o consultar el momento exacto en que pasará un colectivo, el pasajero asegura que su tiempo se aproveche al máximo.

Teniendo en cuenta lo expuesto aquí, es necesario plantear algunos interrogantes en relación al objeto de estudio concreto de esta tesina. En primer

lugar, con la emergencia del paradigma de la movilidad y la proliferación de los no lugares ¿cómo se ve afectada la facultad como “lugar”? Por otra parte, ¿cómo se mantienen conversaciones e intercambios con los estudiantes en este contexto de movilidad? Y ¿cómo puede visibilizarse la presencia institucional si los estudiantes viven en constante movimiento y cada vez más desarraigados de los lugares fijos? ¿Puede la aplicación móvil funcionar como ese nexo entre facultad y estudiantes?. Por último, ¿es real la autonomía de los sujetos? Estas y otras cuestiones intentarán ser esclarecidas en este escrito y pueden ser un disparador para futuros debates.

El paradigma de la movilidad y la nueva forma de comunicar

A medida que se crearon nuevos dispositivos, los tiempos y las distancias se fueron acortando y el concepto de urgencia e inmediatez comenzó a tomar mayor relevancia, especialmente cuando el hombre vive en constante movimiento. “El concepto mismo de ‘movilidad’, que se ha impuesto recientemente en sustitución de los términos ‘transporte’, ‘desplazamiento’, ‘tráfico’ o ‘circulación’ es un buen indicador de esta evolución” (Amar, 2011, p.13). A su vez y siguiendo a Georges Amar, la ciudad comienza a jugar un rol importante y junto a las nuevas formas de comunicación transforman la manera en que el hombre vive esa movilidad, la cual “es entendida cada vez más en términos de creación de relaciones, de oportunidades y de sinergias” (Ibídem, p.14). El tiempo, antes considerado como “perdido” (como cuando uno utiliza el transporte), ahora se concibe como “un tiempo de transición utilizable” (Ídem).

De esta manera, se produce un cambio de paradigma y nos adentramos en una nueva era donde “la movilidad (de las personas pero no sólo de ellas) determina el modo de vida y de funcionamiento dominante de nuestra sociedad.” (Ibídem, p.13). Este nuevo contexto sumado a las innovaciones tecnológicas y las nuevas formas de relación entre los humanos y dichos dispositivos trajeron consigo nuevos desafíos respecto a cómo comunicar (nos).

Con la aparición del teléfono celular, se acortaron aún más las distancias y los tiempos en los que entablamos conversaciones y a su vez nos permitió hacerlo mientras nos desplazamos. Hoy en día, los teléfonos han evolucionado a tal punto que son cada vez más diversas las funciones que cumplen: ya no sólo nos limitamos a enviar mensajes de texto o hacer llamadas, sino que podemos realizar videos, tomar fotos, acceder a internet y básicamente condensar todas las características de una computadora en un solo y pequeño celular al alcance de nuestras manos.

Este fenómeno llevó a que hoy en día podamos hablar de una comunicación móvil (también denominada “mCommunication”). La misma puede definirse como “una práctica social de producción y consumo de contenidos y apropiación de tecnologías articulada a través de la difusión masiva de dispositivos WI-FI multifuncionales” (Logan y Scolari, 2014, p.71). Es necesario resaltar que en dicho fenómeno confluyen una serie de propiedades y funciones que son esenciales para comprender esta nueva forma de comunicación:

- capacidad de comunicación en todo momento y lugar (ubicuidad más portabilidad)
- convergencia de funciones, medios y lenguajes (metamedio)
- integración de diferentes modelos de comunicación (broadcasting, unicasting, multicasting, etc.)
- bidireccionalidad (consumo y producción de contenidos)
- contenidos y servicios diseñados de acuerdo con la localización del usuario

Cabe destacar que, al posicionarse dentro de este nuevo panorama, se torna necesario prestar atención a la creación del contenido a comunicar. Al analizar los teléfonos móviles como espacio propicio para la mCommunication, puede observarse claramente que convergen diversos medios en un sólo dispositivo, lo que hace que el contenido que se le ofrece al usuario varíe. Por una parte, puede crearse contenido que sea concebido desde un primer momento para el teléfono móvil. Por otro lado, puede adaptarse material específico de la televisión o la web o directamente se puede utilizar sin ningún tipo de adaptación. Sea cual fuere el camino a elegir, teniendo en cuenta todos los cambios que trae aparejada la mCommunication, hoy más que nunca es de vital importancia “redefinir el perfil y las exigencias profesionales de los comunicadores” (Orihuela 2004, p.4). El factor distintivo del profesional deja de ser los soportes que utiliza y “emergen los contenidos como factor diferencial de identidad y calidad” (Ibídem, p.5). Se hace evidente que estas particularidades juegan un rol fundamental a la hora de abordar el objeto de estudio de esta tesina, en el estudio de cómo la FCPOLIT se adapta a este nuevo contexto móvil y cómo replantea sus conversaciones con sus estudiantes a través de su aplicación.

Las organizaciones en el contexto móvil

El marco teórico de este trabajo se complementa con la incorporación de la noción de organizaciones, ya que el objeto de estudio tiene como escenario entidad de este tipo. Las mismas son entendidas no como meras instituciones o burocracias, sino que se las piensa como “conjuntos de individuos que cooperan para satisfacer deseos individuales y colectivos” (Flores, 1997, p.14). Se las considera, además, “redes de conversaciones” (Maturana en Flores, 1997) al ser

un “fenómeno producido en el lenguaje, en ‘declaraciones’ en donde los actores sociales dialogan para llegar a objetivos comunes” (Flores, 1997, p.14).

Al esbozar estas ideas se trata de hacer foco en el carácter humano y por ende social que tienen las organizaciones. Lejos de ser edificios inmutables, las organizaciones son una especie de “cuerpo” que trabaja en interconexión con otros y en donde también se manifiestan los cambios que sufre la sociedad en sí misma. Es por este motivo que también se vieron afectadas por las innovaciones tecnológicas y las transformaciones que trajeron aparejadas, las cuales fueron descritas anteriormente en mayor profundidad. Tal y como afirma Flores (Ibídem), "la innovación tecnológica altera la naturaleza del trabajo en las organizaciones y exige que éstas, a su vez, cambien para mantener el ritmo" (p.13).

A raíz de estas modificaciones, las organizaciones deben ser capaces de adaptarse al cambio en pos de prosperar. Y esto no implica solamente ajustes estructurales o de equipamiento sino que, y más importante, necesitan reevaluar las formas en las cuales se relacionan entre ellos y sus interlocutores. Se deben generar nuevas redes de conversaciones según el presente contexto y los nuevos sujetos que derivan de él. Es en este punto que la comunicación juega un rol fundamental, haciendo de nexo entre todos los diversos sujetos que conviven en las instituciones. Además, se vuelve crucial generar líneas de desarrollo para que quienes forman parte de un establecimiento sean capaces de producir contenido relevante de manera atractiva para sus interlocutores y que, además, mantengan la forma comunicativa acorde con los tiempos en que vivimos.

Partiendo de la hipótesis de que la FCPOLIT detectó esta necesidad de adaptación ante un nuevo panorama, se tomó a la aplicación móvil como una respuesta a esta situación y como una nueva vía de interacción con los estudiantes. También se tuvo como punto de referencia para esta tesina, la investigación realizada por María Inés Carreras (2012), quien es miembro de la Secretaría de Comunicación y Medios, área de la Facultad desde donde se desarrolló la aplicación móvil. En su tesina de grado analiza los perfiles en redes sociales de esta área, especialmente Facebook y Twitter. De esta manera se pudo recuperar las diferentes lógicas de funcionamiento de ambos medios sociales. Por último, aquí se estudiaron los cambios a los cuales debió adaptarse la Facultad con la incorporación de la aplicación móvil, los diálogos que se entablan en base a ella y a qué intereses u objetivos institucionales responde su desarrollo e implementación.

3. ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO

3.1. La gestión de la comunicación de la Facultad de Ciencia Política y RR.II: la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios

La Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios comenzó a funcionar en junio de 2011 y, su creación se dio en el momento en que una nueva gestión de gobierno asumió en la Facultad⁸. En líneas generales, esta área se gestó en un primer lugar con el propósito de “ordenar un poco la comunicación dentro de la organización y generar un vínculo más fluido, más activo, con nuestros distintos públicos”⁹. En ese momento, cada secretaría de la Facultad contaba con sus propias vías de comunicación, y por eso se buscaba centralizarla en un sólo lugar. Pero además, con la aparición de nuevos espacios de diálogo como Facebook y Twitter, la creación de una secretaría encargada de la comunicación institucional era necesaria para “poder mostrar una imagen más organizada”¹⁰. En la actualidad, el equipo de trabajo está conformado por un responsable institucional, el Secretario Edgardo Toledo, tres comunicadores sociales, un realizador audiovisual y un diseñador gráfico. Su función es: “producir un sistema de comunicación e información integral, fluido, eficaz y confiable para todos los actores de la sociedad en general y de la Universidad en particular”¹¹. Las tareas diarias que llevan adelante engloban una gran variedad de actividades y estrategias de comunicación: desde el diseño de flyers, hasta la redacción de gacetillas, producción de videos y creación de contenidos varios para las RRSS de la facultad. En palabras de la entrevistada: “todo pasa por acá, siempre trabajando de manera colectiva y conjunta con otros actores que son los que nos proveen información”¹² y aclara que luego tienen en cuenta cómo adaptar ese material a cada soporte en el cual se plasmará.

3.1.1. Medios digitales gestionados por la Secretaría

En este apartado se realizará una descripción de los diferentes medios digitales de comunicación con los que cuenta la secretaría además de la aplicación móvil, objeto de estudio del presente trabajo. La incorporación de su análisis se hace en términos comparativos, ya que se entiende que la Secretaría de Comunicación y Medios realiza una estrategia de comunicación que engloba distintos medios sociales. Hay que aclarar que el uso de éstos, desde el punto de

⁸Ver Anexo I, p. 52.

⁹Ídem.

¹⁰Ídem.

¹¹“Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios” en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 24/04/18. Disponible en: <http://fcpolit.unr.edu.ar/secretarias/comunicacion-y-gestion-de-medios/>

¹²Ver Anexo I, p. 53.

vista de la gestión de la comunicación, no es el mismo, sino que difiere en cada caso. Una mirada comparativa resulta enriquecedora para conocer la especificidad de la aplicación móvil, en el marco de la conversación institucional con sus públicos. Las particularidades de cada plataforma promueven las relaciones entre los usuarios y no sólo eso, sino que también influyen a la hora de gestionar contenido institucionalmente. Según afirmó Carreras “tratamos de pensar cada medio con una lógica distinta, es decir que el mismo contenido que hacemos para la página por ejemplo, tratamos de que esté adaptado al lenguaje de Facebook, Twitter e Instagram”¹³.

3.1.1.1. Sitio web

El sitio web de la Facultad (<https://fcpolit.unr.edu.ar/>) fue impulsado por la Secretaría como una de las primeras tareas a realizar al iniciar su funcionamiento. Antes de su creación, cada secretaría contaba con su propio blog en donde publicaban aquello que querían comunicar. Sin embargo, debido a “la complejidad y el creciente volumen de las informaciones y contenidos generados por la institución y un sistema de autogestión en el cual muchos de los espacios no estaban debidamente actualizados”¹⁴ la secretaría decidió abrir un nuevo espacio que aunara todos esos datos en un sólo lugar.

Los objetivos bajo los cuales se desarrolló fueron¹⁵:

- Crear un medio digital accesible a toda la comunidad educativa de la facultad.
- Contribuir a la reducción de la brecha digital.
- Generar nuevos escenarios de diálogos.
- Propiciar la horizontalidad en la comunicación.
- Impulsar el intercambio de experiencias y la construcción del conocimiento a partir del trabajo colaborativo.
- Optimizar la circulación de la información institucional.
- Estimular la participación en la publicación de contenidos.

En la actualidad, el sitio web es el mayor repositorio de información que tiene la facultad y, en palabras de la entrevistada, se busca “una comunicación directa, contextualizada, fluida y amena”¹⁶ con sus usuarios. Quienes ingresan se encuentran con diez secciones principales:

¹³Ídem.

¹⁴“Sobre este sitio web” en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 24/04/18. Disponible en: <http://fcpolit.unr.edu.ar/sobre-este-sitio-web/>

¹⁵Ídem.

¹⁶Ídem.



Pantalla de inicio (home) de la página web

- **Inicio:** se muestran las últimas noticias, la agenda de actividades y enlaces directos a otras pestañas dentro del sitio web.
- **Facultad:** brinda información sobre los orígenes de la institución, su reglamento, sus autoridades, secretarías, consejo directivo y otros espacios del lugar como la biblioteca.
- **Carreras:** se puede acceder a información sobre las carreras de grado, posgrado, postítulos y escuelas de Comunicación, Trabajo Social y Ciencia Política y RR.II
- **Ingreso:** este espacio está dedicado especialmente para despejar todas las dudas de quien desea ingresar a la facultad.
- **Estudiantes:** provee todo lo necesario para quien ya ingresó a la facultad y necesita realizar trámites, consultar el calendario académico, aplicar a becas o pasantías y otras actividades que hacen al cursado diario en la institución.
- **Docentes:** el docente que accede puede ingresar al Sistema Guaraní y a Bedelía Virtual, además de poder acceder a concursos e investigaciones que se estén llevando adelante.
- **Investigación:** aquí se encuentran todas los equipos y proyectos de la facultad, también el Instituto de Investigaciones, el Observatorio de Medios y la Dirección de Comunicación de las Ciencias.
- **Publicaciones:** se alojan todo lo referido a artículos académicos de la facultad como: revistas, libros, tesinas de grado, tesis de doctorado y actas de congresos.

- *Extensión*: se muestran las últimas novedades en relación al trabajo de Extensión Universitaria, como convenios, pasantías, proyectos y voluntariados,
- *Congreso Democracia*: espacio dedicado para toda la información con respecto al Congreso Nacional e Internacional sobre democracia que se realiza cada año en la facultad.

3.1.1.2. Redes Sociales

El lanzamiento de las RRSS de la Facultad se realizó en agosto de 2011 junto con la página web. Fue uno de los primeros pasos que tomó la Secretaría en cuanto a la conformación de espacios de comunicación virtual. En ese momento, las RRSS estaban emergiendo con gran fuerza como lugares de interacción e intercambio entre los usuarios por lo que “había una necesidad fuerte de tener una presencia más institucional allí”¹⁷ y por ello se decidió crear en un primer momento un perfil institucional en Facebook y otro en Twitter. Paralelamente se comenzó una búsqueda por la identidad visual de la facultad y para ello se diseñó el logo, el isologo y “también empezamos a instituir el uso de *fcpolit*”¹⁸.



Video-entrevista en Facebook a estudiantes de comunicación por el día del periodista

Si bien en el perfil de Facebook (<https://www.facebook.com/FCPOLITUNR/>) se publican noticias y datos de carácter más informativo (como fechas de exámenes, eventos, pasantías, etc), según se desprende de la entrevista a la integrante de la Secretaría de Comunicación y Medios y mediante la observación participante, en la actualidad su uso institucional se encuentra destinado primordialmente para interactuar y crear un sentido de comunidad de los distintos actores de la facultad. Esto se ve reforzado por las diferentes producciones gráficas, fotográficas y audiovisuales que se realizan desde la secretaría, en donde, por ejemplo, se entrevistan a profesores de la institución, se publican testimonios de

¹⁷ Ver Anexo I, p.52.

¹⁸ Ídem.

variedad de soportes que reflejan la imagen institucional y al mismo tiempo, una clara estrategia que incentiva la participación e intervención a través de comentarios, “likes” y también para compartir el contenido.

Por otra parte, Twitter (@fcpolitunr) aparece en una primera aproximación, como una red social en donde se difunden principalmente noticias y se cubren eventos o actividades particulares. Debido a que se pueden escribir “tweets” de limitados caracteres este espacio se muestra como un reservorio de noticias académicas e institucionales que, en su mayoría, re direccionan al usuario a la página web. En este sentido, podríamos decir que el énfasis no está puesto en generar una comunidad en este espacio sino que se busca principalmente informar.



Tweets informativos que redirigen a noticias alojadas en la página web

La última red social que abrió la secretaría fue Instagram¹⁹. Ya que este medio de comunicación es esencialmente visual, el contenido que se



Foto en Instagram del primer día de cursado de estudiantes de Trabajo Social.



¹⁹Si bien luego se abrió una cuenta en Snapchat, la misma dejó de ser utilizada por la Secretaría. Es por esto que dicha red social no se tendrá en cuenta en la investigación.

genera desde la secretaría son flyers, videos y fotos. Al igual que en Facebook, se busca dar visibilidad a los que integran la facultad (principalmente estudiantes) y así crear un sentido de comunidad y pertenencia. Además, a las producciones que aparecen en el “feed” del usuario se le agregan las Instastories, en donde usualmente se suelen mostrar fotos o pequeños videos cortos de los alumnos o eventos que estén teniendo lugar en la facultad.

3.1.1.3. La aplicación móvil

Su origen

La aplicación móvil es el último medio de comunicación digital que incorporó la secretaría en el año 2016. En un primer momento, la misma surgió como una idea para responder a las diversas demandas que implicaba realizar un evento en particular que se llevaría a cabo ese mismo año: el Congreso de la Democracia, un evento que convoca a investigadores y especialistas en ciencias sociales de todas partes del país y del extranjero. Teniendo en consideración este escenario, la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios partió de la siguiente pregunta: “¿cómo podemos hacer para que todos los asistentes que vengan a este Congreso puedan tener información de primera mano sobre dónde están sucediendo los eventos?”²⁰. De este modo, en ese momento decidieron crear una aplicación móvil para nuclear todo el material del evento. Pero como la misma quedaría obsoleta una vez finalizado el encuentro, se decidió que la aplicación se destinara para cuestiones de la Facultad en general. Este hecho particular no fue lo único que incentivó a la secretaría a tomar esta decisión. Sin estar ajenos al creciente consumo de aplicaciones que estaba comenzando a gestarse de forma general, empezaron a notar que quienes ingresaban a la página web lo hacían generalmente desde sus celulares. Al respecto menciona M. Inés Carreras que “hay cambios que nos están llevando 100% más a lo móvil”²¹. En este nuevo contexto en el cual se veía inserta la Facultad y el Congreso, materializaron este nuevo camino.

²⁰Ver Anexo I, p.54..

²¹Ídem.

Sus características técnicas



Pantalla de inicio accediendo desde un móvil con sistema operativo android

- App nativa en Android e iOS.
- Adaptable en celulares y tablets.
- Menú drawer con múltiples secciones y subcategorías.
- Noticias específicas para docentes y estudiantes.
- Bedelía Virtual con información de cátedras, horarios y fechas de examen.
- Acceso directo a Sistema Guaraní.
- Notificaciones push de nuevos contenido.

Usabilidad²²:

- No necesita conexión para mostrar noticias.
- Permite omitir carga de imágenes sin WiFi.
- Visualización de contenido ajustable a preferencia del usuario.
- Módulos y noticias aptos para abrir en navegador y compartir en redes sociales.
- Notificaciones push de contenido rss.
- Opción de notas no leídas y guardar favoritos.
- Personalización de ajustes. Activación de notificaciones, modo de visualización, tiempos de sincronización.

Según se expresa en el sitio web de la facultad, la aplicación móvil tiene como objetivo: “informar sobre las cuestiones académicas más relevantes para nuestros estudiantes y docentes”²³. Si bien aquí se afirma que está destinada tanto para los estudiantes como para los docentes, la información que brinda y los accesos rápidos a otros sitios apelan más al primer grupo. Por ejemplo el *Sistema Guaraní*, las *fechas de exámenes*, el *calendario académico* y la sección de *Ingreso 2017* son secciones y áreas de contenidos que responden a intereses de la comunidad estudiantil. “Nuestro público primario fueron los estudiantes, y después en un segundo plano los docentes, que sabemos que hay muchos que lo utilizan para saber si ya se publicó su mesa o para ingresar a su cátedra” afirma la entrevistada. Algunos de los módulos que pueden reconocerse que apelan a ambos públicos son las secciones de *noticias*, *videos* y *bedelía virtual*.

Por otro lado, hay diferencias en lo que respecta al acceso a la información por condicionamientos de orden técnico; luego de realizar una observación participante, en el marco de esta tesina, en la cual se accedió y recolectó datos de la aplicación desde dos dispositivos móviles diferentes, se notó que el contenido varía según el sistema operativo que el usuario tenga en su celular. Por un lado, si

²²“Nuestra aplicación” en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 17/01/18. Disponible en: <https://fcpolit.unr.edu.ar/aplicacion/>

²³ Ídem.

tiene Android al ingresar a la aplicación deberá desplegar una pestaña lateral que consta de cinco secciones:

<i>Sección</i>	<i>Subsecciones</i>	<i>Descripción</i>
Docentes y Estudiantes	Novedades	Noticias breves sobre los últimos acontecimientos de la facultad. Son las mismas que se muestran en la página web pero de menor longitud. Permite guardar las notas favoritas, compartirlas, cambiar el tamaño del texto y copiar el link.
	Bedelía Virtual	Buscador en donde se pueden encontrar la descripción de las materias, las correlatividades, los horarios de cursado y consulta de todas las carreras de la facultad.
	Fechas de examen	Expone las fechas y hora de los finales de cada carrera.
	Calendario Académico	Lista de las principales fechas a tener en cuenta durante el año académico (mesas de exámenes, receso invernal, trámites estudiantiles, etc.)
	Guaraní	Acceso al SIU Guaraní
	Videos	Videos que abarcan diversas temáticas relacionadas a la institución, como por ejemplo entrevistas a personas de la facultad o registro audiovisual de eventos particulares. Permite guardar los videos favoritos, compartirlos y copiar el link.
Congreso sobre Democracia	Noticias	Noticias específicas sobre el Congreso de la Democracia.
Ingresantes	Ingreso 2018	Noticias que apuntan específicamente a informar a los ingresantes.
Contacto	Teléfonos y direcciones	Lista de teléfonos con los cual contactarse (alumnado, bedelía, biblioteca, escuelas y secretarías) y la dirección exacta de la facultad.
	Mapa	Redirige a un Google Maps donde se muestra la facultad y a través de la geolocalización se puede conocer cómo llegar a ella desde donde se encuentra el usuario
Personalizar	Notas favoritas	Espacio donde se almacenan las notas y los videos favoritos.
	Sincronizar	Actualiza los datos de la aplicación
	Ajustes	Ofrece algunas opciones de personalización de la aplicación, por ejemplo el tono de las notificaciones, la sincronización, la presentación de las notas favoritas, etc.



Pantalla de inicio accediendo desde un móvil con sistema operativo iOS

En cambio, en el sistema operativo iOS la pantalla de inicio no posee una pestaña sino que los módulos se muestran directamente, evitando de este modo un paso en su acceso. Además, cuenta con menos secciones, en comparación con Android:

- Novedades
- Bedelía Virtual
- Exámenes
- Ingreso 2017
- Guaraní

Con respecto al contenido, este sistema brinda información acerca de las últimas novedades (como por ejemplo el calendario de exámenes, horarios de cursado, noticias institucionales) y acceso al sistema SIU Guaraní para poder realizar trámites.

Desde un punto de comparativo con los otros medios de comunicación de la facultad pueden identificarse diferentes tipos de propósitos de comunicación, es decir, la intencionalidad con la que se utiliza cada medio desde la gestión de la comunicación institucional. A diferencia de Facebook o Instagram, en la aplicación no parece haber un objetivo concreto para crear un sentido de comunidad entre los usuarios, ya que no hay posibilidad de interacción entre quienes acceden a este medio de comunicación. Se trata de un sistema de “uno a muchos” (de la facultad a los estudiantes y docentes). En términos generales, la aplicación tiene como principal objetivo informar y agilizar procesos burocráticos, tales como solicitar un certificado de alumno regular o gestionar la inscripción a materias/mesas de exámenes.

Por otro lado, si bien la aplicación, a primera vista, tiene ciertas similitudes con el sitio web -ya que ambas actuarían como una especie de repositorio de información- hay que destacar que la primera ofrece un acceso a datos más simple y rápido que al ingresar a la segunda. Además, en el caso de la sección *Novedades*, las noticias que se plasman en la aplicación son más cortas que aquellas que aparecen en la página web. De esta manera, el usuario puede realizar una lectura veloz sin necesidad de deslizarse hacia abajo demasiadas veces.

En comparación con la cuenta de Twitter, se puede observar que al igual que en la aplicación lo que se publica es de carácter informativo y se plasma de manera breve (debido a que esta red social se caracteriza por contar con pocos caracteres). Sin embargo, la mayoría de las publicaciones que se realizan en

Twitter redireccionan al usuario a la página web, por lo que el contenido depende en gran medida de aquello que esté alojado en la web. Así, en este medio, la estrategia es más de “linkeo”.

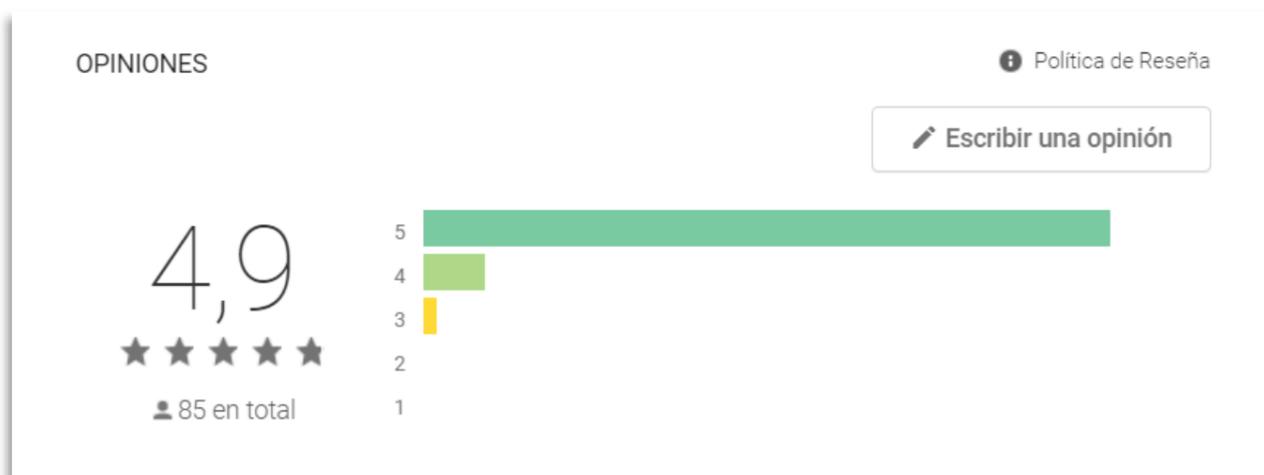
Un último punto diferenciador que contribuye a indagar la especificidad de la aplicación móvil en comparación con los medios sociales de la institución, está dado por su acceso cerrado. Para ingresar a sus contenidos, necesariamente se requiere la descarga de la aplicación en el móvil. En los otros medios, como la web, y los de perfiles de RRSS (Facebook, Twitter e Instagram) su acceso es abierto.

3.2. La aplicación móvil desde la mirada de los estudiantes

Como ya se mencionó, esta tesina tiene por objetivo general indagar acerca de las transformaciones relacionadas con las formas de entablar conversaciones de la facultad con sus estudiantes, a partir de la gestión y producción de una aplicación móvil propia. Para comprender el punto de vista de los usuarios de la aplicación, en primer lugar se ingresó a *Google Play Store* (espacio en donde se encuentran alojadas todas las aplicaciones de Android) con el fin de observar los comentarios y las puntuaciones que realizaron algunas personas que descargaron la *app*.



Opiniones de los usuarios de la aplicación móvil disponibles al ingresar a Google Play Store.



Puntuación de los usuarios en relación a la aplicación móvil.

INFORMACIÓN ADICIONAL		
Actualizada	Tamaño	Descargas
18 de febrero de 2018	10M	1.000+

Datos adicionales que indican que más de mil usuarios descargaron la aplicación móvil.

Como puede observarse en el gráfico anterior, 85 personas puntuaron la aplicación y en una escala del 1 al 5 obtuvo un puntaje total de 4,9. Entre las razones que llevaron a los usuarios a puntuarla favorablemente, predominan los comentarios acerca de la practicidad y la gran utilidad de la aplicación (características que coinciden con lo respondido por los usuarios en las encuestas que se exponen más adelante). Por otra parte, un dato no menor que brinda Google Play Store es la cantidad de descargas de la *app*, que nos permite reconocer la cantidad de usuarios que sintieron la necesidad de tener esta aplicación o la intención de utilizarla.

Por otra parte, y luego de esta primera aproximación desde Google Play Store, se llevó adelante una encuesta destinada a conocer los usos y apropiaciones que los estudiantes sobre la aplicación móvil: qué los motiva a elegir este medio, cómo lo valoran, etc. El muestreo de la misma se conformó en base a la modalidad “al azar simple” y constó de 120 alumnos de las 4 carreras de la FCPOSIT: Comunicación Social, Trabajo Social, Ciencia Política y Relaciones

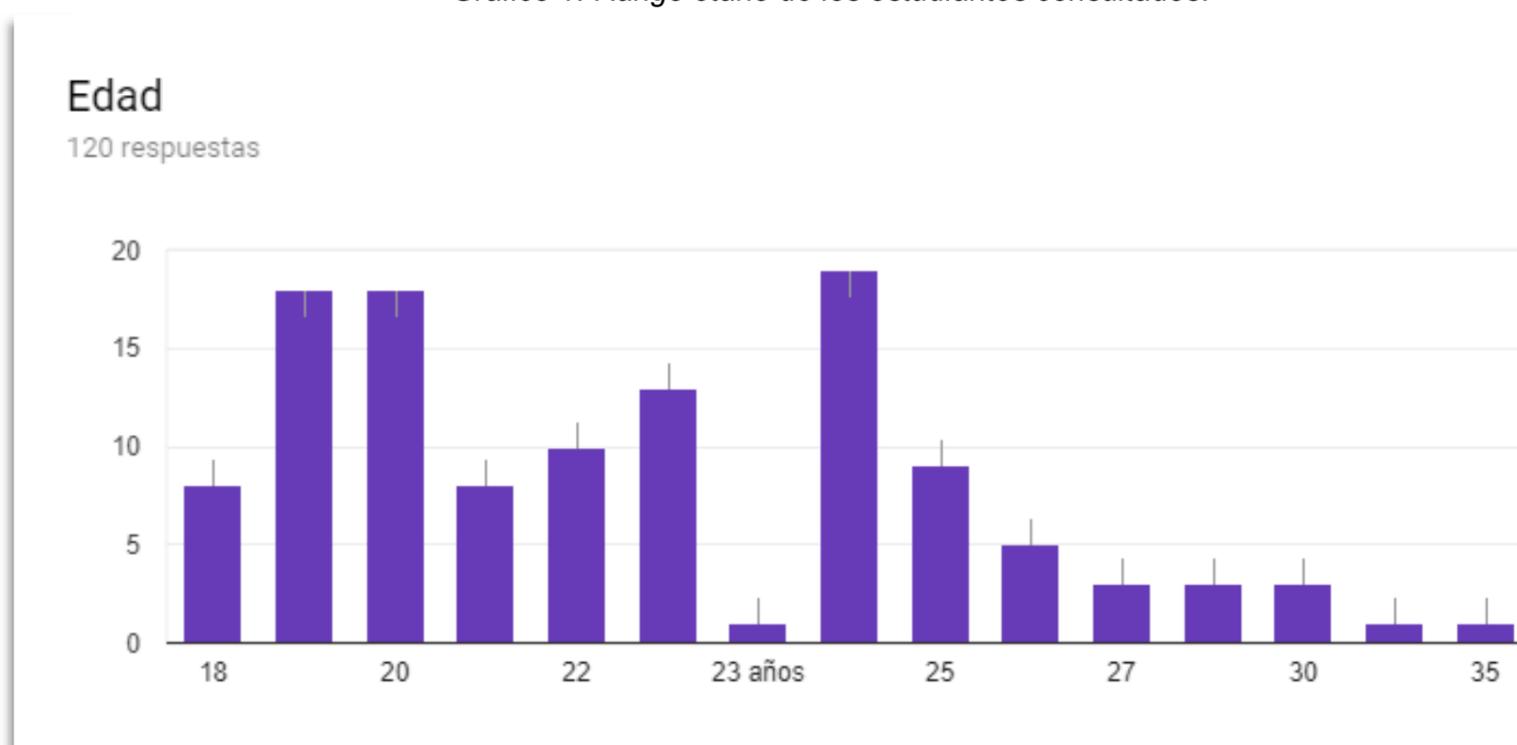
Internacionales. Respondieron las mismas estudiantes de todos los años de cursado, con el objetivo de contar con una perspectiva amplia sobre la temática.

La encuesta se estructuró en dos partes: en la primera se buscó trazar un perfil del estudiante usuario de la *app*, por lo que las preguntas apuntaron a indagar su edad, carrera y año de cursado. La segunda focalizó en las valoraciones y apreciaciones de los estudiantes con respecto a la aplicación, de manera que algunos de los interrogantes que debían responder se relacionaron con la frecuencia con la que acceden a ella, desde dónde lo hacen y otras cuestiones que a continuación se detallan.

3.2.1. Encuestas: algunos resultados

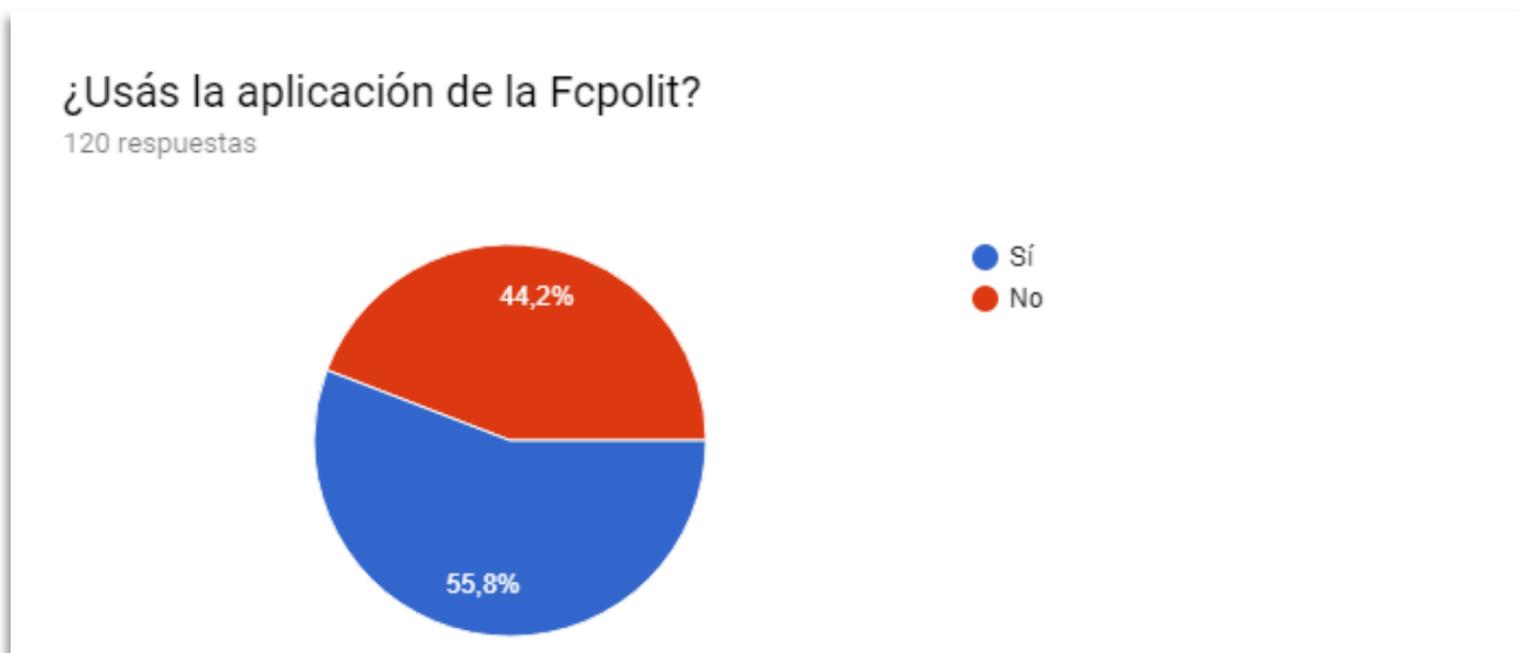
Al observar los datos recolectados es posible arribar a un panorama de carácter general que contribuye a delimitar el perfil del sujeto que utiliza la aplicación de FCPOLIT.

Gráfico 1: Rango etario de los estudiantes consultados.



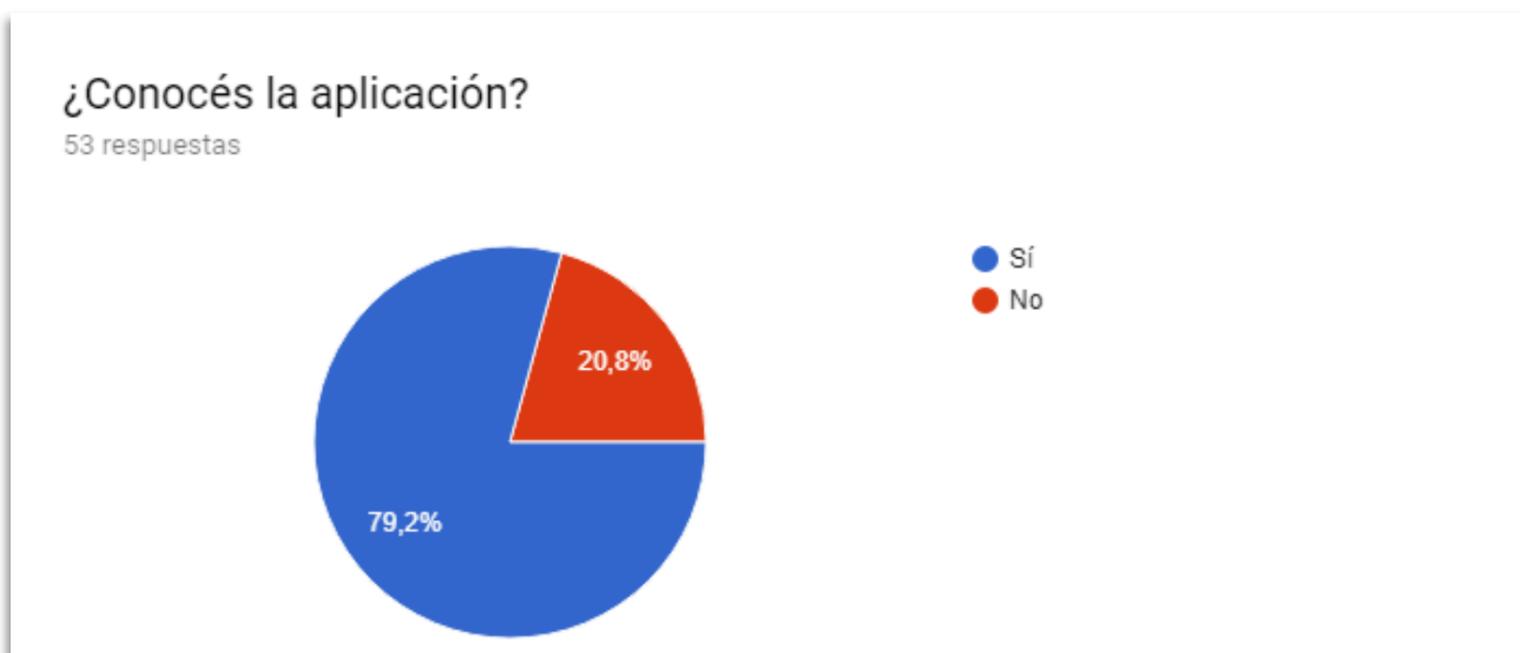
En primer lugar, y con respecto al rango etario, la mayoría de los estudiantes encuestados tienen entre 19 y 24 años.

Gráfico 2: Porcentaje de estudiantes consultados que usan o no la aplicación.



Más de la mitad (55,8% para ser exactos) utiliza la aplicación móvil y quienes contestaban que no utilizan la aplicación eran redirigidos a la siguiente pregunta para luego dar por finalizada la encuesta:

Gráfico 3: Porcentaje de alumnos que no utilizan la app pero conocen su existencia.



La mayoría de aquellos que no utilizan la aplicación móvil saben de su existencia, esto reconoce que más allá del uso que le den luego sus usuarios, la aplicación tuvo un gran nivel de alcance y posicionamiento entre el público y que consideran a la *app* como otro espacio de comunicación digital de la facultad.

Al abordar más en detalle los datos pertenecientes a quienes sí utilizan la aplicación, se puede arribar al siguiente cuadro:

Gráfico 4: Porcentaje de encuestados según su carrera.

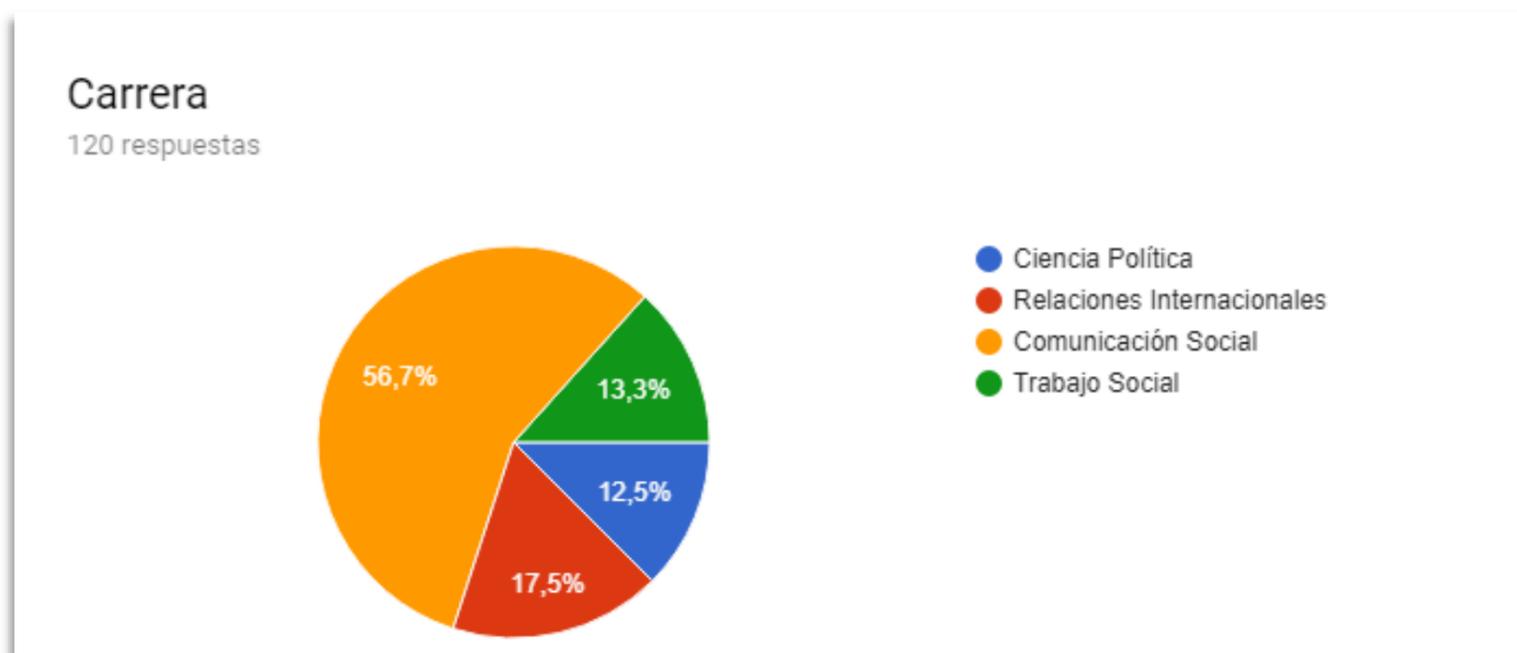


Tabla 1: Cantidad de encuestados que sí utilizan la aplicación según su carrera.

Carrera	Total
Ciencia Política	8 personas
Comunicación Social	35 personas
Relaciones Internacionales	14 personas
Trabajo Social	10 personas

Según los datos recolectados en este sondeo, la mayoría de los usuarios de la aplicación son alumnos de Comunicación Social pero cabe aclarar que esto se debe a que un 56,7% de los encuestados pertenecen a esta carrera.

Sin embargo, si se calcula proporcionalmente por carrera la cantidad de alumnos que utilizan la aplicación móvil, los resultados pueden indicar que en realidad los alumnos de Relaciones Internacionales son los que más la utilizan.

Tabla 2: Porcentaje proporcional de alumnos que sí utiliza la aplicación según su carrera.

Carrera	Total
Ciencia Política	53,3%
Comunicación Social	51,4%
Relaciones Internacionales	66,6%
Trabajo Social	62,5%

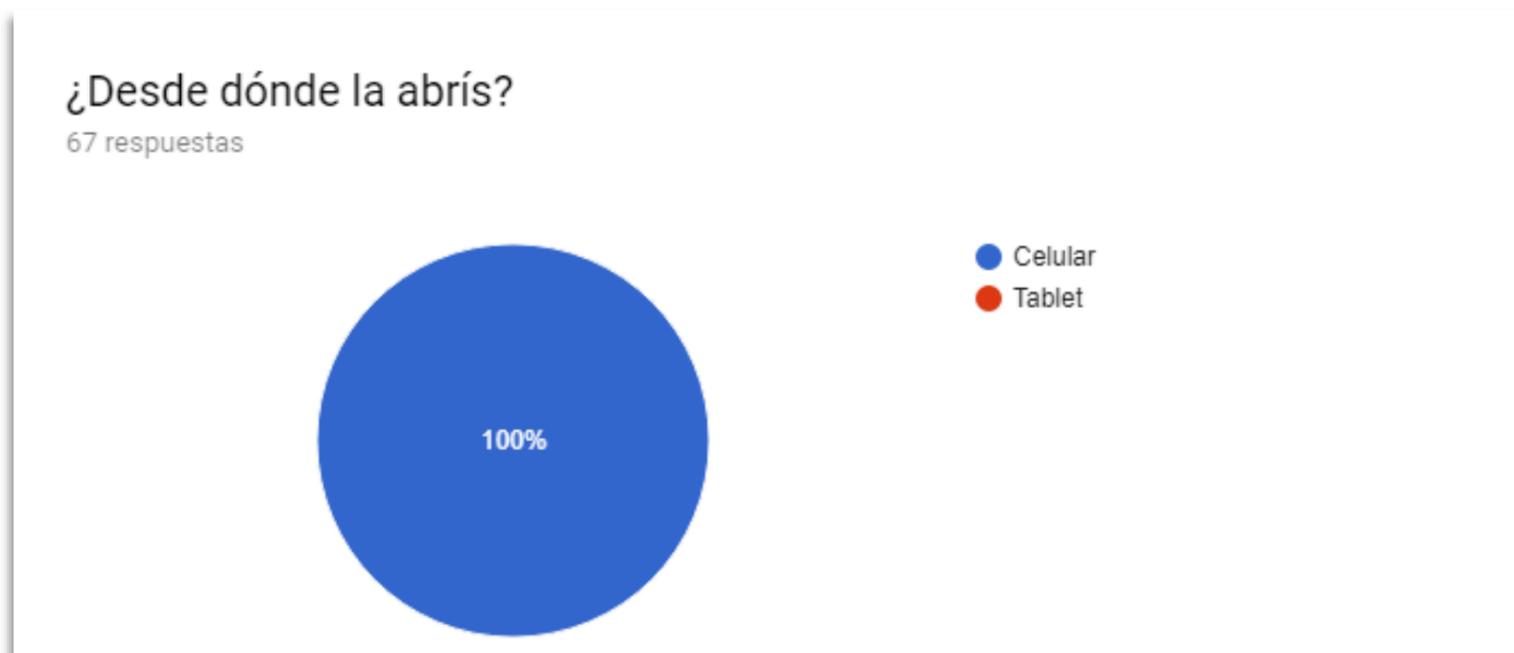
Con respecto a la frecuencia con la que usan la *app*, el 79,1% de los encuestados la utiliza a veces y la totalidad lo hace desde el celular. Este dato no es menor, ya que condice con las características que definen a un sujeto móvil que busca la practicidad, la portabilidad y tener toda la información al alcance de su mano.

Gráfico 5: Regularidad con la cual los usuarios utilizan la *app*.



Si bien la aplicación está disponible para su uso en celulares y tablets, hay una tendencia generalizada a contar con el celular en todo momento, y además ofrece mayor portabilidad que la tablet.

Gráfico 6: Dispositivo desde el cual acceden a la app.



En cuanto al sistema operativo, el 76,1% tiene Android y el resto iOS. Dependiendo el sistema que posean la información varía: aquellos que tienen Android deben desplegar una pestaña para visualizar diferentes secciones y se les brinda mayor contenido. En cambio aquellos con iOS, poseen una interfaz más simple así como también menos secciones y por ende, menos información.

Gráfico 7: Sistema operativo que poseen los encuestados en sus teléfonos móviles.



Al abordar más específicamente aquello que refiere al contenido de la plataforma, se les preguntó a los estudiantes qué secciones eran las que más y menos utilizan. En el primer caso, respondieron que el *sistema Guaraní* es el que

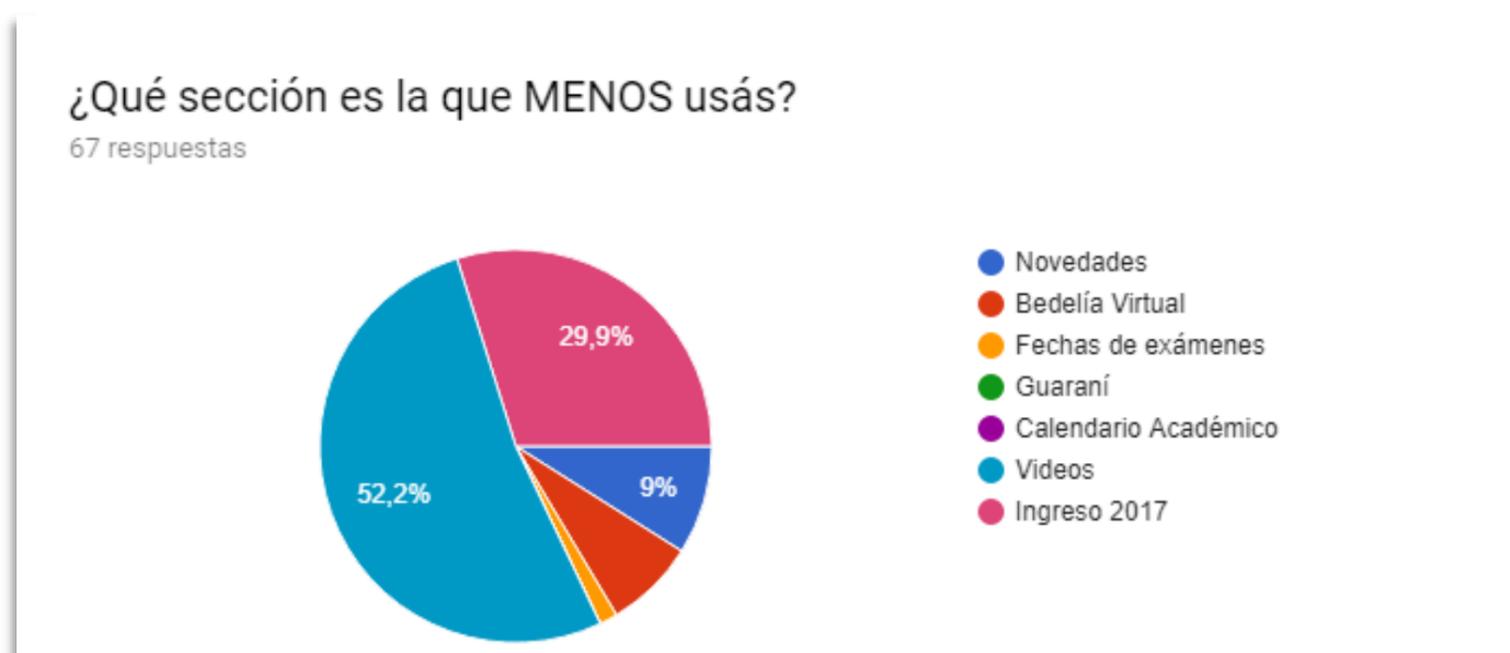
más frecuentan y en segundo lugar consultan el *Calendario de exámenes*. Estos datos permiten dar cuenta de la necesidad que tienen los estudiantes de resolver cuestiones burocráticas o que conciernen a la realización de trámites de manera rápida, con pocos clicks y sin tener que acceder a la página web. Estos factores también estuvieron presentes y se relacionan con los aspectos positivos que destacaron los alumnos en un apartado que se mencionará más adelante.

Gráfico 8: Secciones de la ap. que más utilizan.



En el segundo caso, la sección que menos visitan es aquella donde se encuentran los *Videos*. Esto puede deberse a que, según los resultados de la pregunta anterior, los usuarios acceden a la aplicación para resolver cuestiones de carácter más práctico y que no impliquen demasiado tiempo (a diferencia de reproducir un video que generalmente nos consume tiempo y requiere nuestra total atención). Además, puede responder al hecho de que quienes poseen iOS no tienen esta sección incorporada y por ende, no tienen acceso a dicho contenido.

Gráfico 9: Secciones de la app que menos utilizan.

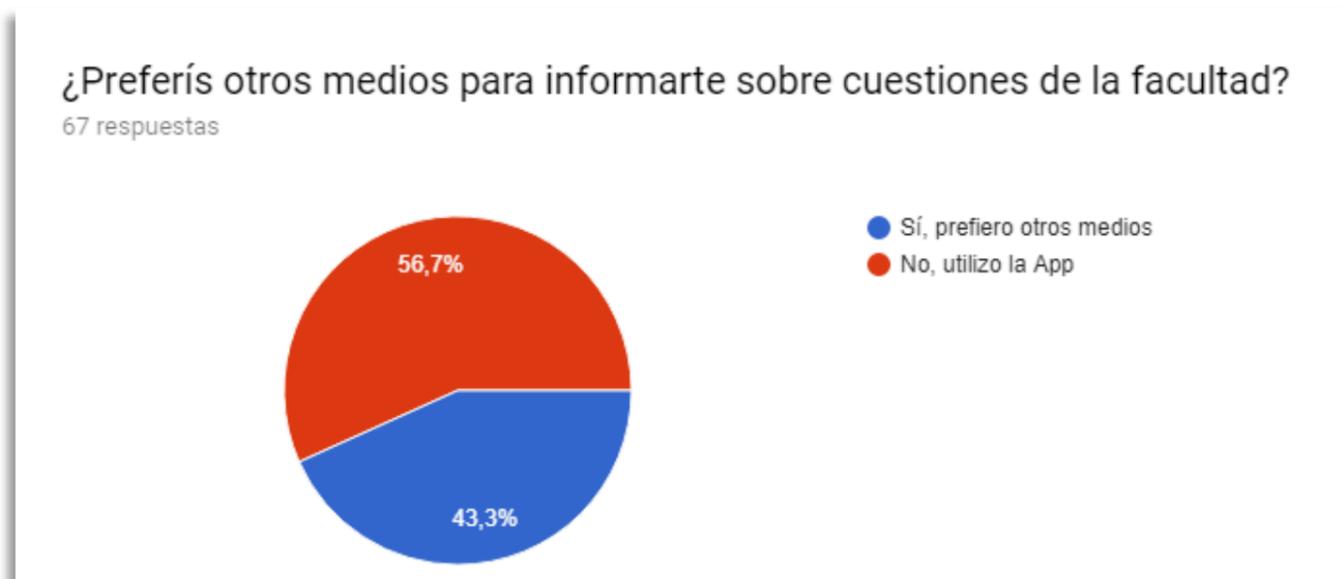


Algunas de las sugerencias más mencionadas fueron:

- Poder guardar el usuario al ingresar en el SIU Guaraní
- Recibir notificaciones (aquellos que poseen iOS)
- Acceso a más información de la página web

Estas mejoras también dan cuenta del sentido de urgencia e inmediatez del sujeto actual y de los estudiantes en particular: por ejemplo, les resulta tedioso y casi una pérdida de tiempo tener que ingresar su usuario y contraseña cada vez que quieren ingresar al Guaraní. Por otra parte, un punto que cabe destacar es el hecho de que varios alumnos esperan encontrar la misma información que en la página web. Esto puede deberse a que tanto la plataforma web como la aplicación cumplen funciones similares, por lo que el usuario podría asumir que las dos deben mostrar los mismos contenidos.

Gráfico 11: Cantidad de usuarios que elige la app para informarse y quienes optan por otros medios



También se les preguntó si preferían otros medios de comunicación de la institución para informarse sobre cuestiones de la facultad y el 56,7% de los encuestados aseguró que utiliza la aplicación. Aquellos estudiantes que utilizan otros medios digitales de la Facultad para acceder a información debían especificar cuáles eran:

estos actores elijan acceder a varios medios de comunicación de la facultad ya que, como se desarrolló previamente, en la actualidad las audiencias son “hiperaudiencias” las cuales deambulan por distintos dispositivos tecnológicos y son capaces por lo tanto de desenvolverse con facilidad en diferentes espacios de comunicación. Con respecto a estos espacios, hay que recordar lo anteriormente expuesto por María Inés Carreras, integrante de la Secretaría de Comunicación y Medios de FCPOLIT, donde indicaba que en los distintos medios se trata de plasmar y adaptar la información siguiendo la lógica de funcionamiento de cada uno. Es por esto que si bien se aborda a cada una de manera individual, debe tenerse en cuenta que forman parte de una misma estrategia de comunicación integral.

3.3. Secretaría Estudiantil: ampliando la perspectiva de la facultad

Como producto de los resultados obtenidos de las encuestas a los estudiantes, se consideró importante incorporar el punto de vista de la Secretaría Estudiantil, ya que la misma tiene como misión actuar como nexo entre los estudiantes y la Facultad. El objetivo de esta secretaría es garantizar “la fluidez comunicacional entre los estudiantes, sus órganos representativos, las autoridades universitarias y las diferentes instancias del proceso educativo”²⁴ y es el espacio donde la comunidad estudiantil se dirige para realizar consultas de orden burocrático. Con la incorporación de la aplicación móvil, y como puede observarse en las respuestas de las encuestas, los estudiantes comenzaron a recurrir a este medio para consultar información y “conectarse” con la facultad, por lo que es válido preguntarse si este nuevo vínculo modificó el ya existente entre estudiantes y Secretaría Estudiantil. Para contestar este interrogante y otras cuestiones de relevancia para esta tesina, se entrevistó a Lucila Dattilo, responsable institucional de dicha área.

En primer lugar, y contrario a lo que podría pensarse en base a los resultados de las encuestas, si bien los estudiantes utilizan la aplicación principalmente para realizar trámites y consultas, esto no significa que la cantidad de alumnos que eligen recurrir a Secretaría Estudiantil haya disminuido. Según Lucila Dattilo: “el caudal de estudiantes que están viniendo en los últimos años en general sigue igual, más allá de que tengamos más información disponible tanto en la página como en la *app*”²⁵ y que además, debido a la incorporación de la carrera de Turismo, las consultas presenciales de los estudiantes permanecen. Las preguntas que reciben generalmente son sobre cuestiones más puntuales o específicas (como por ejemplo cómo redactar una carta cuando se aplica a un

²⁴“Secretaría Estudiantil” en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 26/04/18. Disponible en: <https://fcpolit.unr.edu.ar/secretarias/estudiantil/>

²⁵ Ver Anexo II, p. 60.

intercambio, o sobre convocatorias a pasantías) ya que, si bien la información general se encuentra en la página o en la aplicación móvil, puede haber casos particulares que no estén contemplados o que los estudiantes no hayan interpretado de forma correcta la información. La entrevistada agregó que hay otras cuestiones que llevan a los alumnos a seguir recurriendo a la Secretaría: “hace algunos años que vemos que salen de la escuela secundaria y les cuesta muchísimo más la integración o la apropiación del circuito de la vida universitaria en general”²⁶, por lo que a veces preguntan cosas básicas como qué llevar el primer día de clases.

Lucila Dattilo aseguró que la página web, junto con todo un proceso de modernización que se viene dando hace unos años en la facultad (desde la digitalización de los planes de estudio hasta el lanzamiento de la *app*) contribuyeron a promover la autogestión del estudiante y, a su vez facilitar y agilizar las instancias en donde se responde a los alumnos. Al recibir preguntas por mail, por ejemplo: “les decimos que está cargado en la página de la facultad, les mandamos el enlace y las opciones que tienen que ir apretando para llegar a esa información”²⁷ y así desde la Secretaría se trata de romper con ese vínculo de dependencia. En relación a este proceso de modernización dentro de institución y, en un plano más general teniendo en cuenta el cambio de paradigma y los nuevos modos de consumo desarrollados anteriormente en esta tesina, lo que notó la entrevistada es que: “muchos estudiantes dejaron de mirar la página y vienen con el teléfono en la mano, con la *app* descargada porque es más rápido, o también muchos me dicen que usan el sistema de notificaciones”²⁸ y que, según su criterio, hay un uso mucho más diario e importante de la *app* en relación a la página. Esta aseveración por parte de la secretaria condice con los resultados de las encuestas, en donde los estudiantes manifiestan que eligen utilizar la aplicación móvil por la practicidad y rapidez con la cual pueden acceder a la información relacionada con la facultad.

Otro aspecto a considerar a la hora de analizar la incidencia de la incorporación de la *app* en la rutina de la Secretaría Estudiantil, es cómo se relacionan con la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios en lo que respecta a la información que aparecerá en dicha plataforma. De acuerdo con Dattilo, en un primer momento trabajan la información ellos, la cargan en la página web (gracias a que se les brindó un usuario para poder ingresar allí) y luego notifican a la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios para que puedan hacer la difusión correspondiente según su estrategia de comunicación y el medio

²⁶Ver Anexo II, p.60.

²⁷ Ibídem, p.63

²⁸ Ibídem, p.60

en donde la publiquen. La página web está vinculada a la aplicación móvil, por lo que si existieran cambios que Secretaría Estudiantil debe hacer simplemente acceden a la página y automáticamente se modifican en la *app*. El hecho de poder entrar a la página web y manejar desde allí el contenido, les ahorró tiempo a ambas secretarías ya que según explicó Dattilo: “las primeras veces nosotros no teníamos acceso y les mandábamos todo”²⁹ y cada vez que había que hacer correcciones debían comunicarse con la otra secretaría. Analizando lo expuesto por la entrevistada, puede decirse que la aplicación en sí misma no implicó un cambio significativo en relación al manejo de la información por parte de quienes están en la secretaría, ya que en realidad trabajan principalmente con la página web que actuaría como fuente de información primaria de la cual la aplicación se abastece automáticamente.

Por último, se le preguntó a Lucila Dattilo si en base a su trato frecuente con los estudiantes o por comentarios que pudieran haberle realizado, creía que había algo para mejorar con respecto a la *app*. Dicho con sus propias palabras: “por lo que me dicen los estudiantes, que muchas vienen con el celular, a veces les cuesta encontrar enlaces”³⁰, con esto se refiere al hecho de que ella menciona enlaces o pestañas que aparecen de cierta manera en la página web y que en la *app* se plasman distinto. Si bien, la entrevistada comprende que son formatos distintos y que por lo tanto responden a diferentes lógicas de funcionamiento, parecería que los alumnos esperan encontrar en la aplicación móvil una réplica de la página web. Esta inquietud por parte de los estudiantes ya se había manifestado en las encuestas, donde algunos mencionaron que agregarían más información que está disponible en la página web.

4. A MODO DE CONCLUSIONES

A partir de lo expuesto a lo largo de esta tesina se puede evidenciar que la incorporación de una aplicación móvil, en el contexto del actual paradigma de la movilidad, trajo como resultado diversas transformaciones en la “red de conversaciones” (Maturana en Flores, 1997) que conforman a la FCPOLIT. Responder al interrogante planteado en esta investigación puede conducir a caminos muy diversos ya que, no sólo mutaron los diálogos que se entablan entre los diversos actores sociales (en este caso los estudiantes, la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios y Secretaría Estudiantil), sino también la concepción del sujeto, los “lugares” y la comunicación institucional en sí misma.

²⁹Ibidem, p. 63.

³⁰Ibidem, p. 64.

En primer lugar, este nuevo contexto desencadenó lo que anteriormente se denominó la "mCommunication" que implicó una transformación significativa dentro de la facultad, en particular en la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios. La creciente necesidad de la comunidad estudiantil de estar conectados en todo momento y lugar, sumada al escenario de convergencia de medios, funciones y lenguajes (todo esto acompañado por diversos avances tecnológicos) llevó a que desde la institución y más específicamente, desde la Secretaría, tuviesen que replantear su estrategia comunicacional. El primer paso en dirección a la "mCommunication" fue la incorporación de las redes sociales como espacio de interacción entre la facultad y los diversos actores que se relacionan con ella, tendientes a fomentar un sentido de pertenencia y comunidad entre sus usuarios. Luego, como consecuencia del nuevo escenario mediático y a partir de la necesidad por parte de los sujetos de vivir en movimiento, se sumó la aplicación móvil que planteó un nuevo desafío: conjugar este nuevo espacio de comunicación con la ya existente estrategia de comunicación. Para ello se focalizó en otorgarles a las redes sociales el objetivo primordial de propiciar espacios de intercambio y generar un sentido de comunidad, mientras que la página web y *app* se destinaron a proveer información en general. Esta diferenciación no sólo se logró al utilizar distintos soportes, cada uno con sus respectivas interfaces, sino que también se buscó adaptar los contenidos para que siguieran la lógica de funcionamiento de cada uno de los medios. De esta manera, se puede reconocer que desde la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios se buscó dar respuesta a las diversas formas de consumo en que operan los estudiantes de la facultad y, en un nivel más general, según las características del sujeto móvil esbozadas en el apartado teórico de este trabajo.

Con respecto a este último punto, a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes se pudo determinar que éstos siguen los lineamientos y supuestos del "sujeto móvil". Según los resultados expuestos anteriormente, al utilizar la *app* los estudiantes buscan ante todo la practicidad, la rapidez y la posibilidad de tener toda la información al alcance de sus manos, en cualquier lugar y en el tránsito de un espacio a otro. Si bien, la mayoría afirmó recurrir principalmente a la aplicación móvil para consultar información relacionada con la facultad, muchos de los estudiantes agregaron que también utilizan frecuentemente las redes sociales por lo que además de poseer las características de una audiencia "móvil" asumen los postulados de las "hiperaudiencias" al acceder a diversos medios. Otro aporte significativo que se extrae a partir de las entrevistas es la presencia de un tipo de estudiante que posee una mirada crítica y que demuestra poseer un saber técnico sobre el uso de aplicaciones móviles, y en base a dicho conocimiento propone mejoras o nuevas ideas para potenciar la aplicación de la facultad. Muchos, por ejemplo realizaron las siguientes valoraciones propositivas:

Valoraciones y propuestas de los encuestados

Debería incluir enlaces a otros sitios de interés como los depositarios de textos digitales.

La app es muy util pero tambien utilizo otros medios y redes sociales para saber info en general

Esta completa

Está muy buena la idea, me gusta mucho y es muy práctica

Es muy buena y creo que puede seguir mejorando notablemente. Es sin dudas mucho más cómodo tener toda la información en una aplicación de celular que entrar a la página de la FcPolit y buscar lo que querés en una mayor cantidad de tiempo y esfuerzo.

Si, contar con una pestaña inició donde no hay nada, me parece mal aprovechado. Se podrían incluir los horarios de las secretarías, alumnado y fotocopiadora. Tal vez horarios en q se encuentra abierto el comedor y los horarios de consumo/retiro límites para cada comida, ya que es muy usado por los estudiantes.

Por otro lado, se mencionó también que la incorporación de la aplicación móvil en esta "red de conversaciones" que conforma la FCPOLIT puede considerarse un disparador para poner en discusión los "lugares" y "no lugares" que transitan los estudiantes dentro de la institución. Si bien la facultad sigue siendo mayormente un "lugar", un espacio de identidad y de relación entre los estudiantes, docentes y todos los actores sociales involucrados que acuden a ella, a partir de los resultados de las encuestas y el testimonio de Lucila Dattilo se observa que (por lo menos desde la perspectiva del estudiante) se está abriendo paso a una digitalización del espacio burocrático que respondería más a lo que se denomina como "no lugar". La mayor parte de los encuestados afirmó que utiliza la aplicación móvil para realizar trámites, por lo que gran parte de las conversaciones con aquellos que conforman la institución se realiza desde un espacio virtual, donde no existe interacción más que con textos y donde quien ingresa es un mero "pasajero". Este sitio puede conceptualizarse como un "espacio expandido", término acuñado por Rodrigo Alonso (2005) para referirse a la nueva arquitectura del espacio que expande las fronteras de los mundos físico y político conocidos y que dio inicio con la era de la informática. La principal característica es "su maleabilidad y mutabilidad [...], una arquitectura de datos, conformada por rutas y accesos, nodos y autopistas informáticas" (Alonso, 2005) que no sólo piensa en términos de espacios sino también de tiempo y tratando de adaptarse al usuario. Sin embargo, determinar si el "espacio expandido" reemplaza o complementa a los "lugares" no puede responderse definitivamente, y esto puede reconocerse en la presente tesina ya que esta expansión o digitalización del espacio burocrático no es un proceso acabado que exima a los estudiantes de concurrir a aquellos lugares fijos de la facultad cuando necesitan hacer algún trámite o resolver alguna inquietud. De hecho, desde Secretaría Estudiantil se afirmó que los alumnos siguen concurriendo allí para hacer preguntas más específicas o en caso de no

haber entendido la información. Esto permite inferir que, si bien el los estudiantes van construyendo su camino, deambulando por diversos medios y accediendo a diversas plataformas según su conveniencia, todavía sienten la necesidad de acudir a Secretaría Estudiantil de forma presencial. Se debe agregar que el sujeto, “empoderado” por esa libertad y capacidad de elegir de manera estratégica qué medio o a dónde recurrir, todavía no goza de una autonomía total. Lucila Dattilo destacó un fenómeno que viene observando en los últimos años y es que a los estudiantes les cuesta "autogestionarse" al adentrarse en el ámbito universitario, por lo que desde la secretaría tratan de fomentar la autonomía del alumno, por ejemplo recomendándoles que utilicen la aplicación o enviándoles enlaces a la página web.

Por último, se espera que esta tesina haya respondido algunos de los interrogantes que atañen, en un nivel general, al paradigma de la movilidad y sus consecuentes repercusiones: tanto en los sujetos y dentro de las organizaciones; y más específicamente a los cambios en las formas de entablar conversaciones que se suscitaron dentro de la FCPOLIT a partir del desarrollo, implementación y apropiación de una aplicación móvil propia. Lejos de ser respuestas acabadas, se pretende que sean puntos de partida de futuras discusiones o investigaciones que contribuyan a profundizar la temática aquí abordada. Como también, ser un insumo posible que contribuya en la mejora de los procesos de comunicación de la vida universitaria.

5. BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas:

- Amar, G. (2011) *“Homo mobilis: la nueva era de la movilidad”*. Buenos Aires, La Crujía.
- Augé, M. (1992) *“Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad”*. Barcelona, Gedisa.
- Buonocore, D. (1980) *“Diccionario de Bibliotecología”*. (2 ed.). Buenos Aires, Marymar.
- Carreras, M.I (2012) *“Gestión de la comunicación y redes sociales. El caso de la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios de la Facultad de Ciencia Política y RR.II UNR”*. Tesina de Grado, UNR.
- Castro, C. (2011) “El uso de las plataformas interactivas y el estadio del puente”. En: *La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana*. Madrid, Ariel.
- De Certau, M. (1980) *“La invención de lo cotidiano. Artes de hacer”*. México, Universidad Iberoamericana.
- De Pablos, J. (1998) “Nuevas tecnologías aplicadas a la educación: una vía para la innovación”. En: J, De Pablos y J. Jiménez (Eds.) *Nuevas tecnologías, Comunicación Audiovisual y Educación*. Barcelona, Cedecs.
- De Souza Minayo, M.C (2012) “Trabajo de campo: contexto de observación, interacción, y descubrimiento”. En: *Investigación Social. Teoría, método y creatividad*. Buenos Aires, Lugar Editorial.
- Douglas M., e Isherwood, B. (1979) *“El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo”*. México, Grijalbo.
- Flores, F. (1997) “Creando organizaciones para el futuro”, Chile, Dolmen Ediciones.
- García Canclini, N. (1995) “El consumo sirve para pensar”. En: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo.
- Igarza, R. (2009) *“Burujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural”*. Buenos Aires, La Crujía.

- Jenkins, H. (2008) *“Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación”*. Barcelona, Paidós.
- McLuhan, M. (1964) *“Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano”*. Barcelona, Paidós.
- Maestri, M. (2009-2010) “Sobre las hiperaudiencias”. En: *Coloquio del Proyecto “Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos”*. Programa de Cooperación Científico-Tecnológico MINCYT-CAPEPES.
- Martín Barbero, J. (1987) *“De los Medios a las Mediaciones”*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Piscitelli, Alejandro. (2005) *“Internet, la imprenta del S. XXI.”* Barcelona, Gedisa.
- Scolari, C. (2008) *“Hipermediaciones”*, Barcelona, Gedisa.
- _____ (2013) *“Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan”*. Barcelona, Deusto.
- _____ y Logan R., (2014) *“El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático”*. L.I.S. Letra, imagen sonido. Ciudad mediatizada, 11 (5). Buenos Aires: UBACyT S094-FCS-UBA.
- Sunkel, G. (2002) “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En libro: *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela.
- Taylor, S.J y Bogdán, R. (1996) “Introducción a los métodos cualitativos de investigación”, Barcelona, Paidós.
- Vasilachis de Gialdino, I. (1992) *“Métodos Cualitativos I”*, Centro Editor de América Latina.

Recursos tomados de la web:

- *“El acceso a Internet desde celulares y tabletas superó al tráfico generado desde computadoras personales”* en www.lanacion.com.ar. Consultado el día 9/12/16. Disponible en:

<http://www.lanacion.com.ar/1952370-el-acceso-a-internet-desde-celulares-y-tabletas-supero-al-traffic-generado-desde-computadoras-personales>

- *"Se cumplen 20 años del lanzamiento del primer teléfono móvil inteligente"* por Valero, D. en www.adslzone.net. Consultado el día 11/03/17. Disponible en:

<https://www.adslzone.net/2014/08/18/se-cumplen-20-anos-del-lanzamiento-del-primer-telefono-movil-inteligente/>

- *"Definiendo las hipermediaciones"* por Scolari, C. en hipermediaciones.com. Consultado el día 15/08/17. Disponible en:

<https://hipermediaciones.com/2008/11/02/definiendo-las-hipermediaciones/>

- *"Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios"* en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 24/04/18. Disponible en:

<https://fcpolit.unr.edu.ar/secretarias/comunicacion-y-gestion-de-medios/>

- *"Sobre este sitio web"* en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 16/01/18. Disponible en:

<https://fcpolit.unr.edu.ar/sobre-este-sitio-web/>

- *"Nuestra aplicación"* en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 17/01/18. Disponible en:

<https://fcpolit.unr.edu.ar/aplicacion/>

- *"Muestra al azar simple: características, ventajas y desventajas"* en [Blogspot.com](http://blogspot.com). Consultado el día 24/04/18. Disponible en:

<http://encuestasdeopinion.blogspot.com.ar/2011/09/muestra-al-azar-simple-caracteristicas.html>

- *"Boletines estadísticos"* en www.unr.edu.ar. Consultados el día 24/04/18. Disponibles en:

<https://www.unr.edu.ar/direccion/155/direccion-general-de-estadistica-universitaria/>

- *"Secretaría Estudiantil"* en fcpolit.unr.edu.ar. Consultado el día 26/04/18. Disponible en:

<https://fcpolit.unr.edu.ar/secretarias/estudiantil/>

- "*El espacio expandido*" por Alonso, R. en <http://www.roalonso.net>. Consultado el día 6/06/18. Disponible en:

http://www.roalonso.net/es/arte_y_tec/espacio_expandido.php

- "Aplicación Móvil" en Wikipedia.org. Consultado el día 13/08/18. Disponible en:

https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_m%C3%B3vil

6. ANEXO I

Entrevista a María Inés Carreras, integrante de la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios

- *¿Cómo surgió la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios?*

En 2011 con una nueva gestión de la Facultad se decide crear el espacio de la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios que era un área que no existía acá, aún teniendo la carrera de Comunicación Social. Como que siempre fue algo que se pensó más descentralizado y que cada uno hacía su propia comunicación. En ese momento la Facultad tenía un blog (bdp.org.com.ar) que justamente tenía las características de blog, y cada una de las Secretarías que existían hasta ese momento que eran las más clásicas: Extensión, Financiera, las escuelas y demás cada uno tenía un usuario y la comunicación circulaba así descentralizada y cada uno subía a ese blog las distintas informaciones. En 2011 con esa nueva gestión se decide crear el espacio de la Secretaría y era justo un momento bisagra en el cual los blogs ya estaban quedando obsoletos. Entonces había una necesidad fuerte de tener una presencia más institucional en las redes sociales (ya que en ese momento surgía Facebook y Twitter especialmente en Argentina) y un sitio institucional donde la comunicación funcionara de un modo más organizado. En ese momento se lo convoca a Edgardo Toledo, que es el secretario actual de Comunicación y Gestión de Medios, y él conforma un pequeño equipo para llevar adelante estas tareas. Dentro de ese equipo estoy yo, un diseñador y programador que todavía está trabajando con nosotros y fue quien estructuró el sitio web actual, y un periodista. Después hubo mutaciones en el equipo, fuimos creciendo, tuvimos otras incorporaciones pero en su momento era ese el equipo de trabajo.

El objetivo principal era poder ordenar un poco la comunicación dentro de la organización y generar un vínculo de comunicación más fluida, más activa, con nuestros distintos públicos, que no son sólo los estudiantes sino que también contemplamos a los docentes, al personal de la facultad y por qué no a otras organizaciones dentro de la Universidad e incluso a los medios de comunicación. Entonces dentro de un primer objetivo estaba poder comunicarse mejor con estos públicos, pero después también hacia afuera poder mostrar una imagen más organizada. Empezamos a crear una identidad visual con el logo, el isologo, también empezamos a instituir el uso de "fcpolit" que hasta el momento era medio raro nuestro nombre tan largo, por lo que todas las redes se crearon con el "fcpolit UNR", el sitio web pasó a tener un dominio más institucional con el "fcpolit" y la dependencia de la UNR. Y así es que comienza a trabajarse acá. Lo primero que

se hizo fue crear justamente las redes sociales y el sitio web. Y después, constantemente tratamos de realizar mejoras en el hecho de actualizar esa página web, salió Instagram y abrimos nuestra cuenta allí, tuvimos Snapchat, Pinterest y Youtube. Después se incorporó un realizador audiovisual, entonces el nos ayuda en todo lo que tiene que ver con lo multimedia, por ejemplo se graban entrevistas acá. Y en la tarea diaria, por mencionarte algo, lo que hacemos es la gestión del sitio y las redes sociales, que implica generar contenido de lo que está sucediendo acá constantemente: desde eventos, convocatorias, hasta la publicación de fechas de exámenes, horarios de cursado y consultas. Todo pasa por acá, siempre trabajando de manera colectiva y conjunta con otros actores que son los que nos proveen esa información. Trabajamos con Académica, Estudiantil, Alumnado, con las distintas Escuelas para que nos vayan diciendo los eventos que tienen próximamente para que nosotros los difundamos. Y, al mismo tiempo, tratamos de pensar cada medio con una lógica distinta, es decir que el mismo contenido que hacemos para la página tratamos de que esté adaptado al lenguaje de Facebook, Twitter, a Instagram lo trasladamos en términos de imágenes: se diseñan flyers, folletos, hacemos señaléticas. Todo lo que se te ocurra que sea comunicación estamos ahí siempre metidos. Cuando hay un Congreso, por ejemplo el de la Democracia, nos encargamos de hacer desde las carpetas de inscripción hasta las acreditaciones, los certificados, todo lo que requiera comunicación, diseño y difusión estamos nosotros acá.

Es interesante porque en el día a día siempre hay cosas nuevas. La comunicación tiene esto que va mutando, va cambiando entonces siempre tenemos que estar atentos y a la altura de esos desafíos porque sentimos que si nos hubiésemos quedado al principio con el primer objetivo que era el rediseño del sitio hoy ya queda obsoleto, e incluso estamos constantemente midiendo la cantidad de gente que entra, desde qué dispositivos entran y nos damos cuenta que hay cambios que nos están llevando 100% más a lo móvil, que la versión de escritorio del sitio ya quedó vieja y hay cada vez menos ingresos. La gente entra todo el tiempo desde sus celulares y sus smartphones, entonces tratamos de pensar eso a la hora de crear contenido.

- ***¿Entonces la aplicación móvil surge a partir de este análisis en donde detectaron la migración de los usuarios hacia dispositivos móviles?***

En realidad, el sitio web primero se creó en versión de escritorio. Cuando empezamos a ver esta tendencia más o menos en 2014/2015 se hizo una versión responsive, es decir que se va adaptando en tablets, en celulares y en realidad la aplicación surge por distintos motivos. En primer lugar porque veíamos una tendencia a lo que es el uso de aplicaciones en celulares, no porque el sitio no

podiera cumplir con una versión que se ingrese desde el smartphone pero sí que cada vez estábamos consumiendo más aplicaciones. Y por otro lado, justo en ese mismo año que se larga la aplicación en el 2016 teníamos el Congreso de la Democracia, que nuclea y aglutina un montón de gente: tenemos alrededor de 2000 asistentes que vienen de todos lados. Entonces dijimos: “cómo podemos hacer para que, más allá de ingresar al sitio, todos los asistentes que vengan a este Congreso puedan tener información de primera mano sobre dónde están sucediendo los eventos y demás. De ahí salió la idea de hacer una aplicación. Pero como hacer una aplicación para un Congreso y nada más era un esfuerzo enorme que después iba a quedar obsoleto, pensamos en proponer una aplicación para la Facultad.

Ahí fue cuando nos metimos en este mundo de las aplicaciones, que es bastante complejo, que implica un montón de desarrollo, un montón de cuestiones vinculadas a lo que es experiencia del usuario y de programación. Y también comenzamos a investigar cuáles son los usos que hace la gente de las aplicaciones. En una primera instancia hicimos un análisis de otras aplicaciones educativas que existieran en el país y nos encontramos con que hay pocos antecedentes. Hay muchas que son impulsadas incluso desde agrupaciones estudiantiles. Institucionalmente había algunos antecedentes en la Universidad de Palermo y otras Universidades que no son de acá de Rosario, pero nos encontrábamos con que algunas eran una réplica total del sitio web. Entonces pensábamos que no tenía sentido hacer una aplicación que te ofrezca lo mismo a lo que vos podés ingresar desde un sitio. Y había otras que habían quedado obsoletas y que no se actualizaban. Haciendo un poco ese análisis de mercado o “benchmarking”, viendo qué había en el panorama de aplicaciones educativas nos encontrábamos que había poco y nos dimos cuenta qué era lo que no queríamos: no queríamos que sea justamente lo mismo que el sitio web porque queríamos ofrecerle algo distinto a la gente y que sea algo que le represente una utilidad. Y a partir de este último punto empezamos a investigar un poco los perfiles de nuestros estudiantes, hicimos algunas encuestas de manera indirecta y nos dimos cuenta que sean de la carrera que sean (Comunicación Social, Trabajo Social, Relaciones Internacionales o Ciencia Política) había un factor en común entre ellos que tenía que ver con la necesidad de información de primera mano y con los tiempos. Que la mayoría se encontraba trabajando, el que no trabajaba vivía lejos de la Siberia, otros viajaban de un pueblo cercano entonces les representaba mucha utilidad saber si había paro docente, si la Facultad estaba cerrada por duelo, saber si había cambiado alguna mesa de exámen. En ese momento nos dimos cuenta que claramente la aplicación tenía que ir por ese sentido, así como tenemos en Rosario el “¿Cómo llego?” o el “¿Cuándo llega?” poder tener el “¿Cuándo rindo?” “¿Dónde curso?” que finalmente no lo pudimos plantear en

términos de preguntas, pero que el contenido que volcamos ahí trata de ir en ese sentido. Por eso también tenemos una pestaña de “Novedades”, que casi siempre son eventos que están por suceder, no algo que ya pasó. En el sitio por ejemplo trabajamos con muchas crónicas, cubrimos eventos y hacemos un desarrollo de algo que sucedió y está más orientado a los docentes o a los medios de comunicación o como un registro para aquel que no pudo asistir. En cambio en la App, tratamos de anticiparnos y decirles por ejemplo: “Mañana va estar esta conferencia” o “mañana viene un congresista muy famoso, vení e inscribite”. Además, tenemos una pestaña para las fechas de exámenes que siempre priorizamos lanzar la información antes que en el sitio web. Y tenemos como agregado las notificaciones push, que lo que hacen es que cada vez que hay una actualización dentro de la App te notifican que la miren porque sabemos que es difícil acordarse de ingresar, pero si te llega esa notificación te ves obligado a ver el cambio en la App e ingresar. La frecuencia de las novedades intentamos de que sea de dos a tres por semana, no importándonos tanto la cantidad sino la calidad. Queremos que si te va a llegar una notificación que sea porque hay una información importante y no para decirte cualquier otro tipo de cosas.

Otro dato interesante es que en estas entrevistas que hacíamos y en Analytics, lo que surgía era que la gente ingresaba mucho al sitio solamente para acceder a Guaraní, que es el sistema de gestión de alumnos. Entonces nos pareció que un acceso directo dentro de la aplicación era fundamental porque en dos pasos (un click para abrir la App y otro en “Guaraní) ya accedés y la carga es mucho más rápida que en el sitio web. Fue fundamental poner ese acceso ahí para obviar entrar al navegador, entrar al Guaraní, ingresar la clave y todo lo que ya sabemos que implica hacer eso. Esta decisión entonces nos pareció la más acertada.

Después, eventualmente, fuimos haciendo actualizaciones como por ejemplo cuando estuvo el Congreso pusimos una pestaña específica del mismo (un “módulo” para hablar en términos de aplicaciones) donde había información específica de eso. También incorporamos un espacio para los ingresantes, donde se publican comisiones de cursado, de los cursillos, informaciones más puntuales que les interesan a los chicos y que nos parece que como primer acercamiento a la Universidad está bueno que se bajen la aplicación.

Y así fuimos adaptándola en base a un feedback constante que hay con los estudiantes. Habíamos obviado por ejemplo el calendario académico, no la habíamos tenido como importante y después nos pasó, sobretudo hablando con agrupaciones y no tanto con estudiantes (si bien están conformadas por los mismos), que nos dijeron que era algo útil porque los chicos consultan mucho

cuándo se actualizan las libretas, cuándo es el próximo llamado. Por lo que una información que es de carácter más fija, porque no se actualiza sino que el calendario sale una vez al año, era necesaria que esté en un módulo.

A partir de todo esto, creo que las conversaciones que entablamos van en dos sentidos: por un lado en escuchar las demandas y poder ir ajustando esa aplicación constantemente; y por otro lado el otro tipo de conversación que quizás es más de uno a muchos o difusionista, es emitir contenido de relevancia hacia los estudiantes y ver cómo eso se replica.

- ¿La aplicación móvil está concebida principalmente para los estudiantes?

Sí. En realidad dentro de los módulos dice “estudiantes y docentes” por ejemplo en la parte de Novedades, porque no los queremos dejar afuera y sabemos que muchos docentes lo utilizan. Ahí lo que tratamos de hacer es brindar más información sobre llamados a concursos, a programas de AVE docente. Pero nuestro público primario fueron los estudiantes, y después en un segundo plano los docentes que sabemos que hay muchos que lo utilizan para saber si ya se publicó su mesa o para ingresar a su cátedra. Otro de los módulos interesantes que funciona un poco para los dos es el de Bedelía Virtual, que es un buscador de cátedras en donde podés encontrar toda la información: desde una descripción de la cátedra, los docentes, horarios de cursado y consultas, el programa de la materia y el acceso al blog. Esa información ya existía en la página pero nos encontrábamos con que para acceder uno tiene que hacer un recorrido de varios pasos: entrar a la escuela correspondiente, luego al plan de estudio y dentro del plan de estudio a la materia. Son bastantes pasos, que uno ingresa únicamente cuando tiene una necesidad muy puntual de inscribirse a una materia o un docente le pide que busque el plan de estudio. Nos pareció que ponerlo dentro de una bedelía y que uno pueda filtrar de algún modo por carrera y por materia, resumía un poco esta experiencia de usuario engorrosa que se manifiesta en el sitio debido a la magnitud que tiene y se alerda y tiene más pasos, acá era más directo. En ese sentido sí se apuntó más al docente que sabemos que la consulta constantemente para saber si está actualizado su horario de cursado o de consulta, o para redirigir a los propios estudiantes.

- ¿Qué diferencia existe con respecto al contenido que se decide publicar en las redes sociales y la aplicación móvil?

En las redes sociales tratamos de pensar a cada una con una lógica diferente. Si bien quizás terminamos compartiendo lo mismo en la aplicación o en la web, en Facebook por ejemplo apuntamos más a la cuestión de comunidad.

Nos dimos cuenta en estos últimos años que Facebook está tendiendo a ser un entorno más amigable, más familiar, donde nos encontramos, en donde la gente busca la foto, el reconocimiento, poder conversar sobre lo lindo que es transitar la facultad. Entonces los contenidos van más en el sentido emotivo, de registro de evento, que te puedas encontrar rindiendo un examen en una foto con amigos. Y en la aplicación en cambio tenemos información más dura, por ejemplo de eventos que están por suceder y te tenés que inscribir, las fechas de exámenes, los horarios de cursado y demás.

Por lo tanto yo creo que si uno lo que busca es información puntual tiene que ir a la aplicación o al sitio web, y las redes sociales para mí en realidad se configuran más como algo que consumimos a diario en términos de entretenimiento y que ahí se filtra un poco lo que está pasando en mi facultad. Y en ese sentido Instagram va en el mismo lado, incorporamos las historias de Instagram que tratan de registrar un poco qué está sucediendo en este momento. Si yo quiero saber una fecha de examen claramente no voy a consultar Instagram o Facebook. Twitter sí, por la cantidad de caracteres es un poco más difusionista entonces sí hay informaciones más puntuales. Pero insisto que todas se intentan configurar para crear comunidad o dialogar con nuestros actores desde otro plano que implica lo más emotivo. Y por otro lado el sitio y la aplicación intentan tener estas informaciones más racionales o de necesidad académica, que si uno lo que está buscando es eso me parece que es un espacio obligatorio de consulta.

- ***Con la proliferación de espacios virtuales y más específicamente con la incorporación de la aplicación móvil, ¿creen que se dificulta entablar una relación más directa con los estudiantes?***

Yo creo que en realidad cambió el modo en que nos comunicamos. Tal vez antes uno venía más a la Facultad, por ejemplo cuando yo era estudiante ni había página web y tenía que tomarme el colectivo para ver el transparente. Pero yo creo que cambió el panorama de cómo nos estamos comunicando, cambió el panorama de la comunicación y si esto no lo hacía la facultad institucionalmente es algo que se hacía de manera descentralizada y que hoy por hoy lo hacen también las agrupaciones, otros espacios de la Secretaría o la gente hoy se envía esta información por whatsapp. Entonces no hacerlo era como dejar el lugar a que otros actores lo tomaran o que la gente buscara la información desde otros lugares más informales. Me parece que ahí la facultad haciendo esta aplicación o la cuestión en redes sociales y teniendo una comunicación digital activa lo que hace es ocupar ese lugar que si no estarían ocupando otros y tiene una voz formal, institucional o autorizada para hablar de estos temas. Hoy tenemos la información de primera mano en el sitio y en la aplicación y sabemos que si está ahí no va a

ser errónea. Por eso me parece que es algo en lo que no podíamos quedar afuera y en lo que nosotros tratamos de estar adelante para llegar a estos públicos, que hoy por hoy sabemos que se están comunicando así entonces no podemos quedar atrás de eso.

- ***¿Tienen un control de quiénes son los usuarios de la aplicación?***

Si los usuarios acceden con Android, a través del Playstore, tienen una cuenta de gmail entonces podemos saber quiénes son. Pero nosotros no le pedimos ningún tipo de información, ya que ya manejamos bases de datos y nos parecía un poco invasivo pedirle autorización a distintas cosas. Como el objetivo de la aplicación no es comercial a diferencia de otras y es gratuita creíamos que pedirle la menor cantidad de requisitos posibles era algo positivo porque no es información que a nosotros nos interese o que no la podamos conseguir por otro lado. Entonces lo único que podemos saber y que nos brinda como estadística el market de Playstore es las edades, desde dónde se la descargan y si es hombre o mujer. Tenemos datos más de índole demográfica y ahí sí vemos que la mayoría responden a las características de Rosario y alrededores, del target y la edad que tienen los estudiantes. Nos ha pasado que cuando hay Congresos por ahí son más de afuera. Pero constantemente estamos viendo las variaciones de instalaciones y desinstalaciones, actualmente supera las mil descargas fácilmente. Y lo que varía también es la cantidad de gente que se la deja instalada pero que también siempre mantenemos un promedio de alrededor de unos mil, lo que para nosotros está bueno porque sabemos que hoy uno se descarga un montón de aplicaciones pero después las termina eliminando y siempre nos quedamos con las básicas como Facebook, Twitter y el mail. Uno va probando, testeando, te recomiendan pero realmente después las tenemos un mes y cuando nos damos cuenta que quedaron obsoletas las eliminamos. Por eso para nosotros ver que nuestra aplicación fue descargada por ejemplo 1500 veces y 1000 la dejaron instalada es una pauta de que realmente funciona. Además damos cuenta de que la están utilizando en el diálogo constante, o vienen acá y desde las agrupaciones nos dicen que falta alguna información en la aplicación porque están siempre pendientes de ella e incluso muchos de los ingresantes ya lo utilizan como su único medio de comunicación.

Todo esto nos da la pauta de que ya tenemos un público consolidado y que algo bien estamos haciendo, sino ya hubiese caído estrepitosamente ese número de instalaciones activas. La verdad es que creemos que realmente funciona y en la tarea diaria tratamos de pensar mucho en eso. Al sumar otro canal y otro medio de comunicación con otra lógica distinta debemos seguir poniendo mucha atención a la hora de producir contenido: si hacemos una nota para la web, a su

vez pensamos cómo difundirlo en las redes sociales y ahora también tenemos que tener en cuenta la aplicación, de acordarnos de actualizarla y de producir el contenido distinto. Por ejemplo la nota que va para la página web que tiene diez párrafos, para la app nosotros no queremos que sean más de dos o tres scrolls y por eso debemos resumirla en renglones porque a nivel pantalla de celular terminan siendo pequeños párrafos. Todo esto implica pensar el contenido también para eso. Acá si bien somos varios y hacemos un poco de todo, no tenemos a alguien que se dedique solamente a la aplicación entonces conlleva un trabajo diario importante.

Por último, creo que todo esto también es una señal de la consolidación de la Secretaría dentro de la facultad. Cuando se creó en 2011 la Secretaría, la demanda de contenido era muy poca y nosotros teníamos que salir a buscar las noticias. Y en el correr de los años, que ya van casi seis, las demandas vienen a nosotros y no damos a basto, pero nos da la pauta que hay un reconocimiento de este espacio. Se ha constituido que la comunicación la maneja el área de Comunicación, que antes no sucedía y está bueno ser referentes y que vengan acá si por ejemplo hay que hacer una gráfica o una nota porque de algún modo legitima el trabajo que se hacemos y centraliza la comunicación que antes estaba desordenada y que hoy transcurre o fluye por acá. Si bien sabemos que obviamente no se puede controlar todo porque todas las Secretarías tienen sus mails, sus Facebooks, sus propios blogs está bueno que se nos considere o consulte a nosotros para transmitir ciertas informaciones.

ANEXO II

Entrevista a Lucila Dattilo, Secretaria Estudiantil.

- ***A partir de la incorporación de una aplicación móvil propia de la facultad, donde los estudiantes pueden hacer trámites y consultar información ¿se redujo el número de preguntas o inquietudes que se realizan a la secretaria?***

El caudal de estudiantes que están viniendo en los últimos años en general sigue igual, más allá de que tengamos más información disponible tanto en la página como en la *app*. Lo que sucede ahí, además de los trámites, es que hace algunos años atrás, hace seis o siete años atrás no contábamos con información tan actualizada. Por ejemplo, se digitalizaron los programas de estudio y hay muchísimo más acceso a la información en general a través de todo el circuito de redes de la facultad. Sin embargo los estudiantes siguen viniendo, yo no vi una merma por ejemplo que se acercara un 20% menos. Pero es verdad también que es muy difícil medirlo en esta coyuntura que estamos viviendo este año en particular porque primero tenemos una carrera con un ingreso que desbordó todas las expectativas, básicamente el ingreso a Turismo iguala el ingreso de las 5 carreras de la facultad. Estamos teniendo 1200 personas. Por lo tanto, la demanda este año explotó por todos lados, más las demandas de los estudiantes “comunes”, las demandas “diarias” o “normales” que nos hacen los estudiantes de las otras carreras. Realmente Estudiantil este año estuvo más activa que nunca, tuvimos un aumento de la demanda pero yo creo más que todo por la nueva carrera. También hay otras cuestiones: hace algunos años que vemos que salen de la escuela secundaria y les cuesta muchísimo más la integración o la apropiación del circuito de la vida universitaria en general. Les cuesta más, por lo que tenemos preguntas básicas que antes no se hacían como por ejemplo “¿qué llevo para el primer día de clases?”. Lo que yo descubrí en el caso de la *app*, lo que por lo menos voy percibiendo, es que muchos estudiantes vienen ya con el teléfono en la mano. Obviamente que esto no lo podés analizar sin hacer lugar a un contexto más amplio que tiene que ver con los nuevos usos de la tecnología, con los nuevos procesos de recepción y también de consumo en general. A mí lo que me pasa es que muchos estudiantes dejaron de mirar la página y vienen con el teléfono en la mano, con la *app* descargada porque es más rápido, o también muchos me dicen que usan el sistema de notificaciones que por ahí en la página se te pierde. Y lo bueno de la *app* es que, por ejemplo, cuando publicamos las mesas de exámenes te sale como una alerta. Entonces esas cosas me han dicho los estudiantes, que por ahí para no olvidarse les resulta mejor y que es una buena opción. Y que muchos ya dejan de leer en la computadora y al tener todo

integrado en el teléfono, en vez de entrar a la página de la facu directamente entran a la *app*. A mí me parece que hay un uso mucho más diario e importante de la *app* en relación a la página, no en cuanto a las consultas en Estudiantil en persona pero sí en cuanto a cómo se recurría a la página y cómo a la *app*. Me parece que ha derivado mucha gente a la *app* que dejó de consultar la página de la facultad. Eso me parece que es así. Que el acceso a *Guaraní* o determinadas cuestiones administrativas ya no se hacen por la página sino que se hacen directamente por la *app*. Después, el caudal de consultas la verdad no ha bajado porque por supuesto cuando uno diseña no sólo estos tipos de dispositivos comunicacionales sino cuando arma cualquier tipo de estrategia para aplicar, por ejemplo, un programa nuevo, un proyecto, una política en particular, alguna medida de gestión siempre lo que hacemos (por la diversidad de las carreras y la diversidad de las realidades de los alumnos y la cantidad de alumnos que tenemos) es poner pautas generales en todo; después es necesario bajarlas en casos particulares que no están contemplados porque uno regula con la norma, con la mayor generalidad posible porque si no sería imposible. Y después hay toda una brecha que queda afuera y que sigue consultando a través de Estudiantil, si hubo un problema o no interpretaron la información o cuando hay una convocatoria a pasantías o proyectos de cooperación internacional y surgen preguntas más específicas como por ejemplo cómo redactar una carta de intención cuando aplican a un intercambio. Cuestiones en donde están las bases generales pero en donde no podés reglamentar todo.

- ***¿Cómo se relacionan con la Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios con respecto a la información que aparecerá en la aplicación?***

En general, yo creo que la Secretaría de Comunicación se maneja con todas las áreas de manera similar. Básicamente hay cuestiones que ya están instaladas que tienen que ver con cuestiones periódicas que se hacen cada año. La mayoría de la gente de la Secretaría de Comunicación, además de estar interiorizada en la vida de la facultad, fue alumna entonces conocen mejor la demanda. Por ejemplo, durante las mesas de exámenes no hace falta que les diga que están las mesas de abril. En general primero lo trabajamos nosotros, con la oficina de *Bedelía* que tiene que disponer las aulas, con *Alumnado* que tiene que cargar en el *Guaraní*. Hacemos todo el proceso, cargamos todo (nosotros tenemos un usuario para poder trabajar en la página), y una vez que tenemos todo listo la llamamos a Meri o mandamos un mail a la Secretaría de Comunicación o a cualquiera de allí y le decimos que ya está listo para publicar. Entonces ellos sí se encargan de publicar en función a su estrategia de comunicación. Sé que largan la información un poquito antes en la *app* y después en la página para que se active todo el sistema de notificaciones y también porque la *app* es algo más nuevo que

están tratando de darle un poco más de sostén, de fundamentar más su uso entonces largan un poco antes ahí porque como tienen la información primero los obliga a fijarse en la *app*. Después en relación a otras convocatorias por ejemplo becas, pasantías, en general de primera mano nos llega a nosotros y lo hablamos, hacemos una reunión tipo organizativa y vemos cómo podemos difundirlo y ellos nos asesoran cuál puede ser el mejor mecanismo, o le agregan imágenes a las cosas que nosotros por ahí lo hacemos más rudimentario con la información que disponemos y ellos se fijan toda la cuestión de estilo. Hay algunas cuestiones que nosotros ya por trabajar con ellos las sabemos y ya lo hacemos en ese formato para no hacerlos trabajar el doble. Pero por ejemplo, en las vacaciones que nosotros trabajamos todo enero, porque los horarios se publican durante enero, porque de la carrera de turismo había muchas cosas que no teníamos resueltas en diciembre, lo que hago en general es antes de terminar el año ya hablo con Edgardo Toledo y le digo que más o menos en la primera semana de enero voy a estar cargando determinada información, le aviso para que lo publique y entonces él ya está atento, le mando un mensaje de WhatsApp y ellos se encargan con el programador de subir todo. En general es muy fluido y está aceitado, hasta informalmente (también formalmente) ya tenemos ese mecanismo de funcionamiento.

- ***Y si existe un cambio en la información o hay alguna corrección que hacer, por ejemplo si un profesor nota que su mesa de examen aparece en la fecha equivocada ¿lo consultan en Secretaría Estudiantil?***

Sí, en general me escriben mails o muchos tienen mi celular o pasan por acá y me dicen y lo solucionamos. Muchas veces no es de mi área y tengo que derivarlo. Eso me pasa en gran parte de las cuestiones porque también es verdad que es la oficina que más tiempo está extendida en su jornada laboral, estamos once horas abierto y a veces a la tarde si hay algo de *Concursos* o de *Académica* que se tenga que resolver, nosotros estamos abierto y lo canalizamos. Obviamente que uno trata de pensarse siempre más allá de la secretaría como gestión, un poco integral. Sí, en general las vías de comunicación de los docentes son *Estudiantil*, *Bedelía* y *Académica* y obviamente si hay errores o demás, nos comunicamos con la Secretaría de Comunicación. Muchas veces, como nosotros tenemos acceso a la carga una vez que Secretaría lo publica, nosotros podemos reformar nuestras publicaciones. Entonces muchas veces ya no les avisamos porque se actualiza de manera automática, así que nosotros lo cambiamos en la página y ya aparece. Es nada más la primera vez, cuando hacés la primera publicación tenés que dar aviso para que ellos también vean en dónde lo lanzan, si lo van a poner en algún lugar en especial. Una vez que está eso establecido y

se publicó, nosotros después ya tenemos acceso para modificar nuestros contenidos. Y está vinculada la página con la *app* entonces no es que yo tengo que hacerlo en los dos lugares distintos, lo hago en un lugar y listo. Esto no era así hace algunos años y nos complicaba bastante. Primero, la Secretaría de Comunicación no existió siempre entonces había cosas que desconocíamos o que había cosas que en el hacer de todos los días eran a prueba y error. Entonces las primeras veces nosotros no teníamos acceso y les mandábamos todo, hasta que nos empezamos a dar cuenta que por ejemplo cuando uno publica las mesas tiene por lo general 30 o 40 cambios de docentes que les pasó algo, que se enfermó, que había paro. Eran reformas de todos los días que les cambiábamos, y por ahí ellos no tenían, como uno sí tiene, los 6 planes de estudio en la cabeza. Entonces me implicaba 20 minutos para explicarles algo que nosotros ya hacemos de manera automática y que obviamente conocemos porque es nuestra área. A veces explicar todo eso por mail nos llevaba mucho tiempo, así que en un momento nos juntamos con Edgardo Toledo y dijimos que eso no estaba funcionando. Porque además era mucho tiempo para los dos, por ahí ellos cometían errores por el simple hecho de no pertenecer a esa área. Entonces ahí me dieron ese acceso, hace más o menos 3 años, que la verdad nos ha agilizado un montón en todo.

- ***¿Entonces, en general favoreció a la rutina de la Secretaría Estudiantil?***

Sí. Nosotros siempre damos respuestas a las consultas particulares pero también estamos tratando de fomentar la autogestión del estudiante, que ya estamos hablando de un estudiante mayor de edad, universitario. Muchas veces necesitamos que estudiantes en cuarto o quinto año, futuros profesionales y colegas, puedan autogestionarse algunas cosas. Romper un poco ese vínculo de dependencia. La página lo que nos permitió es que por ejemplo, antes nos preguntaban los horarios de consulta de una docente y eso particularmente no estaba cargado en la página entonces les decíamos que llamen a *bedelía* y se fijaban en el transparente. Y ahora les decimos que está cargado en la página de la facultad, les mandamos el enlace y las opciones que tienen que ir apretando para llegar a esa información. A lo mejor era más fácil escribirle, pero lejos de querer complicar al alumno le mandamos eso para que ellos hagan el ejercicio. Además nosotros les recordamos que vamos actualizando toda la información por ejemplo si hay algún paro, para que estén atentos y revisen ahí. También cuando, por ejemplo, viene el ingreso o recibo una escuela, a veces no tenemos todos los planes de estudio digitales o las demandas son diversas, entonces damos una charla general, les repartimos tarjetitas que también diseñó la Secretaría de Medios donde figuran la *app* y la página y les decimos que para ver las

particularidades de cada carrera les recomendamos que vean los planes de estudio que están en la página. Y nosotros también hacemos ese ejercicio que puede significar economizar papel, recursos, tiempo. Y a lo mejor cuando alguien que es ajeno a la facultad o que no conoce todo el proceso te hace una pregunta, pregunta siempre dentro de ciertos límites. Porque vos no vas a preguntar algo que no sabés cómo funciona, no se te ocurre. Lo bueno de la página es que incluso, si cuando accedieron por ejemplo al plan de estudio sólo querían ver las incumbencias del título por ahí se engancharon y pueden ver también el recorrido epistemológico o la parte metodológica. Entonces también surgen nuevos disparadores que se pueden incluso solucionar a través de la página. Por lo cual para mí, como funcionaria, como docente que también la uso y como usuaria de la página, una usuaria que era analógica y que en mi época teníamos que hacer cola, que no podíamos inscribirnos desde nuestras casas a los exámenes, que vi todo ese proceso desde el lado de alumna y después como docente o funcionaria me parece que es un gran progreso. Es algo que yo por lo menos defiendo y que me parece que está bueno y que siempre, siempre y todo el tiempo es plausible de mejorar ese proceso. Porque obviamente van surgiendo nuevas cosas y además porque estamos en una era en que la tecnología nos arrasa en todo sentido. No es sólo que ya llegó, sino que nos arrasa permanentemente: el caudal de información, las mejoras técnicas. Nosotros por ejemplo estamos trabajando en una versión del *Guaraní* y estamos trabajando ya a nivel nacional con el Ministerio de Educación para implementar la siguiente versión que es la 3.0, que nos va a dar muchas más posibilidades que las que te da ahora. Todo eso se va mejorando, siempre hay que mejorar.

- ***¿Y algo que creas que se pueda mejorar o agregar de la aplicación?***

Por lo que me dicen los estudiantes, y que muchas vienen con el celular, a veces les cuesta encontrar enlaces. Porque obviamente la *app* no tiene la misma lógica que la página de la facultad, entonces yo hablo de enlaces que por ahí no aparecen igual. Eso me han dicho los estudiantes, por ahí un poco la organización. No sé si es algo para mejorar, porque yo entiendo que son formatos distintos, pero por ahí lo podemos entender nosotros que somos comunicadores, tal vez es más difícil para otras carreras. Cada uno tiene su propia lógica, no sólo de funcionamiento sino también de diseño del contenido. Pero sí es verdad que a lo mejor, los comunicadores son los que lo entienden un poco más pero desde Relaciones y Política es una demanda habitual que me hacen. Por lo que tal vez habría que hacer un relevamiento para ir viendo cómo atender esas cuestiones para ver qué se puede corregir. Sin un buen diagnóstico es difícil poder acentuar, rectificar o puntualizar en algún medio específico y eso me parece que corre más por cuenta de la Secretaría de Comunicación y Medios. A mí me parece una muy

buena cuestión el tema de las notificaciones. Me parece que es un buen sistema que podría acentuarse más. Que se notifique no sólo la información que se carga sino poder notificar a los alumnos automáticamente los períodos para hacer cualquier tipo de trámite. Porque en general, el consumo de ese tipo de medios y de pantallas, tiene que ver para informarse con respecto a determinados trámites. A lo mejor algún sistema de tutorial para algunas cuestiones específicas que son muy difíciles como equivalencias, tal vez eso podría ser algo para agregar.

ANEXO III

Encuesta a estudiantes de las cuatro carreras de la facultad. La misma se realizó además a través de un Google Form disponible en:

<https://goo.gl/forms/x7pbYZCX3Jqsyrrl2>

FCPOLIT APP

Edad:

Carrera:

Año de cursado:

Encerrar con un círculo la respuesta.

1. ¿Usás la Aplicación de la FCPOLIT?

- Sí

- NO → Pero, ¿la conocés? - Sí (Fin de la encuesta)

- No (Fin de la encuesta)

2. ¿Con qué frecuencia la utilizás?

- Siempre

- A veces

- Nunca

3. ¿Desde dónde la abrís?

- Celular

- Tablet

4. ¿Qué sistema operativo tenés en tu celular?

- Android

- iOS

5. ¿Qué sección es la que MÁS usás? (Elegir **UNA** sola opción)

- Novedades
- Bedelía Virtual
- Fechas de exámenes
- Guaraní
- Calendario Académico
- Videos
- Ingreso 2017

6. ¿Qué sección es la que MENOS usás? (Elegir **UNA** sola opción)

- Novedades
- Bedelía Virtual
- Fechas de exámenes
- Guaraní
- Calendario Académico
- Videos
- Ingreso 2017

7. ¿Considerás que la incorporación de la App tuvo un impacto significativo en tu vida cotidiana?

- Sí
- No

8. ¿Qué aspectos positivos destacarías de la aplicación?

.....
.....
.....

9. ¿Qué mejorarías de la aplicación?

.....
.....
.....

10. ¿Preferís otros medios para informarte sobre cuestiones de la facultad?

- No, utilizo la App
- Sí, prefiero otros medios →
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Web
 - App
 - Otros:

11. ¿Hay algo más que quieras decir de la App? ¡Dejános tu comentario!

.....
.....
.....