

Agradecimientos

Queremos agradecer especialmente a Cristina Alberdi que nos incentivó desde el comienzo y nos acompañó muchísimo en el desarrollo, respondiendo siempre a nuestras consultas.

A nuestros compañeros de trabajo, especialmente a los compañeros con los cuales compartimos la oficina del equipo de Comunicación de la Dirección de Juventudes, que nos ayudaron con sus aportes profesionales pero también y sobretodo con su estímulo.

A nuestras familias, los que están, los que ya se fueron y los que llegaron hace poquito.

A José que fue fundamental en el último tramo.

A nuestros amigos y amigas que nunca dejaron de recordarnos que debíamos la tesina.

A los profesores y compañeros con los cuales compartimos años de cursado.

A la institución que nos recibió como estudiantes y nos permitió trabajar y formarnos como profesionales.

Y por último, a la amistad que hizo posible este proyecto colectivo.

Resumen

Esta tesina colectiva es un trabajo de análisis y producción que se enmarca en una práctica profesional en el Área de Comunicación de la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de la Municipalidad de Rosario (DPPJ)

En este trabajo se hace un análisis del estado de situación del área y se propone desarrollar un sitio web institucional para la innovación en la comunicación digital de la institución.

En una primera instancia se realiza un análisis cronológico del proceso de incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las acciones que se llevaron a cabo en este contexto. Luego se realiza una descripción de las principales características, funciones y uso actual de las distintas plataformas digitales con las que cuenta la DPPJ.

Posteriormente se propone una acción comunicacional: el desarrollo de la plataforma virtual www.rosariomasjoven.com.ar para fortalecer la identidad de la DPPJ y se describen las consideraciones tenidas en cuenta para su posible desarrollo.

Finalmente, la web institucional propuesta actúa como articuladora y productora de contenido de valor, puede integrar a las distintas redes sociales para que trabajen sinérgicamente, garantizando el acceso a la información y promoviendo una comunicación fluida con las juventudes en el espacio virtual de la Dirección.

Este trabajo se basa en la relevancia que ejercen las TIC en el campo de la comunicación y el uso que pueden hacer de ellas los comunicadores y las instituciones.

Palabras Claves

Comunicación / Tecnología / Información / Pantallas / Juventudes / Joven / Sitio web /
Convergencia / Redes sociales

Índice

1. Introducción.....	6
2. Un abanico de voces	8
2.1 Un abanico de formas para estas voces.....	14
2.2 Un abanico de voces y formas para un caso: Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de Rosario.....	16
2.2.1 Acerca del lugar de la Comunicación: Sobre el Centro de Información y Orientación Juvenil, el antecedente del Área de Comunicación.....	23
2.2.1.1 Sobre el Área de Comunicación.....	33
2.2.1.2 Acerca de los actores.....	45
2.2.1.3 La Dirección de Políticas Públicas de Juventudes en el Ciberespacio.....	45
Facebook y Twitter: Pruebas piloto.....	47
Blog.....	50
Youtube.....	52
Flickr.....	53
2.2.1.4 La Municipalidad de Rosario y el espacio virtual.....	54
3. Hacia una web de la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes.....	56
3.1 El sitio www.comunicaciontesina.wix.com/rosariomasjoven	59
3.1.1 Dominio.....	59
3.1.2 Evaluación de la plataforma.....	61
3.1.3 Acerca de los sistemas de gestión de contenidos	62
3.1.4 Contenido: Texto e imagen.....	65
3.1.5 Diseño.....	77
4. Algunas consideraciones finales.....	81
Bibliografía.....	84

1. Introducción

Este trabajo que es nuestra tesina de grado colectiva de la Licenciatura en Comunicación Social, es también, una respuesta a una necesidad concreta que surge en el marco de una práctica profesional en la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes (DPPJ) Municipal. Como tesistas y trabajadoras del Área de Comunicación de una institución pública que desde hace algunos años venimos poniendo en práctica nuestros conocimientos adquiridos durante los años de estudios tenemos la oportunidad en la actualidad de poder compartir una acción laboral propia de nuestro campo, donde una vez más se evidencia que los comunicadores pueden y deben intervenir de manera crítica en diversas situaciones comunicacionales.

Nuestro caso es una situación puntual que se produce en una institución municipal que planifica y ejecuta políticas públicas destinadas a las juventudes de la ciudad.

El objetivo de este trabajo es darnos un marco de análisis para poder diagnosticar el estado de situación y desarrollar un sitio web institucional para la innovación en la comunicación digital de la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de Rosario acorde a la coyuntura actual y a los objetivos de la institución, fortaleciendo la identidad de la institución.

En una primera instancia, realizamos un análisis cronológico del modo en que se produjo el proceso de digitalización e incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el Área de Comunicación y las acciones que se llevaron a cabo en este contexto; para luego analizar la problemática comunicacional actual y proponer una posible acción.

Posteriormente describimos un diagnóstico de las principales características, funciones y uso actual de las distintas plataformas digitales con las que cuenta la DPPJ, para poder determinar cuáles son las debilidades y necesidades que se presentan. Indagamos en los distintos soportes de comunicación digital para determinar qué tipo de comunicación se establece con el entorno y si se genera interactividad con los usuarios, considerando que uno de los objetivos de la DPPJ es garantizar el acceso a la información de las juventudes de la ciudad.

Finalmente proponemos el desarrollo de una plataforma virtual que busque fortalecer la identidad de la DPPJ, que pueda integrar a las distintas redes sociales para que trabajen

sinérgicamente, garantizando el acceso a la información y promoviendo la interactividad y una comunicación fluida con las juventudes en el espacio virtual de la Dirección, y que a la vez se vuelva un dispositivo de insumo para las acciones que cotidianamente se planifican desde los equipos de trabajo de la DPPJ; considerando tanto el contenido como la estética joven.

Desde múltiples perspectivas, consideramos que es necesario abordar este tema ya que es un fenómeno que está produciendo cambios vertiginosos a nivel social, cultural y económico, por lo que nos resulta pertinente identificar las TIC y su implicancia en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC).

En este marco entendemos las TIC no como mera actualización tecnológica sino como una modificación sustancial en la relación, en este caso, de la información y servicios de la institución con los usuarios a través de diversas plataformas digitales.

De esta manera proponemos una acción concreta que actúe como articuladora y productora de contenido de valor para alejarnos de la idea de una simple comunicación unidireccional que es mera reproducción de información y que no contempla la interactividad con los usuarios.

El contexto de la convergencia cultural/digital introdujo una profunda renovación del modelo de comunicabilidad, abandonando el paradigma unidireccional de la mera transmisión de información para abordar a la comunicación como un proceso en permanente actualización.

Nos enfocamos en “un Estado dispuesto a utilizar las TIC como herramientas de ‘transformación’ de sus propios gobiernos y de su relación con la sociedad” (Kaufman, 2007: 12); en una noción de Gobierno Electrónico (GE) que “coopere” hacia una SIC, que su modernización pretenda más que simplemente incorporar tecnologías como meras herramientas y sistematización de datos, sino que busque empoderar al ciudadano, garantizándole el acceso a la información y promoviendo nuevas prácticas sociales a partir de nuevas formas de comunicarse; entendiendo a las tecnologías como lenguajes y no como sinónimo de técnica o instrumento.

En este marco, y entendiendo a la comunicación como espacio de poder y transformación, consideramos que una institución con las características de la Dirección de Juventudes que entiende a las y los jóvenes como sujetos plenos de derechos y actores estratégicos, no

puede no darse el desafío de una utilización superadora de las TIC para contribuir al cumplimiento de sus objetivos principales.

Por esto, como futuras Licenciadas y trabajadoras de la Comunicación es nuestro fin proponer mediante esta tesina de grado colectiva un abordaje específico y la propuesta de una acción comunicacional que además de resolver una problemática en particular haga un aporte a los estudios de la comunicación y pueda enriquecer el trabajo de los demás comunicadores que continuamente se enfrentan al trabajo vertiginoso de producir con las TIC.

2. Un abanico de voces

Desde hace décadas que las TIC nos proponen un escenario de revolución tecnológica y la innegable emergencia de una estructura social en red en la mayoría de las dimensiones de la actividad humana, y por esto es necesario acordar criterios que nos posibiliten abordar nuestra tesina desde una perspectiva teórica acorde.

Como bien distingue Paula Vera en su trabajo “Entornos virtuales. Entre el ciudadano-usuario y los gobiernos locales”, basándose en “Investigación científica y tecnológica en el campo de las TIC: ¿Conocimientos técnicos, contextuales y transversales?” de Ester Schiavo, la SIC bien puede desagregarse en dos dimensiones; por un lado la innovación tecnológica a la que se referiría la “Sociedad de la Información” y por el otro lado la “Sociedad del Conocimiento” que resultaría de una noción integradora que supone transformación social, cultural, política, económica, institucional, científica y tecnológica. (Vera, 2010: 291)

Entendemos a la conjunción de estas dos posturas como la adecuada para nuestro abordaje, situándonos de esta manera en la SIC y en el advenimiento de nuevas tecnologías, que siguiendo a Kaufman son “nuevos territorios, nuevas culturas”. (Kaufman, 2007: 7)

Precisamente nuestra tesina está estrechamente ligada a la utilización de las TIC como generadoras de un nuevo escenario de convergencia, donde viejos y nuevos medios conviven de manera compleja. Por ello nos interesa detenernos en la noción de convergencia que se centra más en una noción de cambio cultural más que en un cambio

puramente de funciones tecnológicas; muy ligada a una idea de cultura participativa, de consumo colectivo y de un rol activo por parte de los usuarios, nos referimos a lo que supo desarrollar Henry Jenkins, el estudioso de los medios de comunicación, con respecto a esta coexistencia de medios:

“Con convergencia me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseando de experiencias de entretenimiento. (...) Convergencia es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose” (Jenkins, 2008: 14)

Tal es así que este cambio cultural trae aparejado el advenimiento de comunidades de usuarios dispuestos a tener una participación activa haciendo uso de los nuevos medios de comunicación; son las nuevas comunidades virtuales donde lo importante es pertenecer y participar.

Estos nuevos medios a los cuales nos referimos también tienen una función interactiva, multisensorial, de formatos diversos, de una continua toma de decisiones por parte de los usuarios, y de permanente cambio de roles con respecto a la producción y recepción de contenidos. Como dice Roberto Igarza (2008: 11):

“Los nuevos medios son nuevas formas culturales que dependen de una computadora para su distribución, representación y uso interactivo. En sentido más amplio, son formas culturales que dependen de componentes digitales físicos para ser almacenadas, distribuidas y representadas, capacidades que están asociadas generalmente a la computadora (...) se los reconoce por su aspecto dinamizado en tiempo real en función de los intercambios hombre-máquina. Son sistemas hipermedia adaptativos que proponen una experiencia de inmersión en un entorno permeable, crecientemente inteligente y personalizable, que tiende a involucrar al usuario en una sucesión de tomas de decisiones potencialmente sin fin”.

Nuestro trabajo se centra en un usuario¹ específico: las juventudes de la ciudad de Rosario. Hacia ellas están dirigidas las acciones de la DPPJ, que adopta el término “juventudes” en contraposición a “juventud”, haciendo hincapié en la heterogeneidad y en la construcción

¹ Persona que accede al espacio virtual, a veces a través de su propio nombre o mediante un alias y tiene la capacidad de acceder a información y conocimiento haciendo uso de la red.

histórica social de este sector de la población.

En el análisis de las publicaciones de la Dirección, nos encontramos con una descripción que consideramos pertinente con respecto a este concepto, la misma pertenece a la investigación: “Organizaciones juveniles y política social. El caso de la ciudad de Rosario”, que llevó a cabo la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Rosario y se publicó en el libro “20 años. Políticas Públicas de Juventud” en el año 2010 cuando se cumplieran veinte años de estas políticas en Rosario; y explica por qué pensar en la juventud unívocamente, dificulta abordar la realidad y las problemáticas de los jóvenes:

“Un nudo crítico que atraviesa a todas las acciones es la conceptualización del sector juventud. Por ello, un componente central de la política local de juventud es concebir al sujeto social juventud como juventudes. Hablar de juventudes permite pensar en el contexto histórico actual, entendiendo que cada época define formas propias de ser joven, y que la juventud no es otra cosa que una construcción histórica social. El concepto de juventud está cargado de evocaciones y significados e implica tener en cuenta la heterogeneidad social, la diversidad cultural, y las diferentes modalidades en que se presenta en la sociedad el ser joven. La idea compartida del reconocimiento de distintas juventudes se configura como un importante dinamizador a la hora de diseñar políticas” (Municipalidad de Rosario, 2010: 37)

Teniendo presente esta noción de *juventudes* y entendiendo las grandes transformaciones que produce la incorporación de las TIC, es que nos interesa el planteo de la investigadora Roxana Morduchowicz, quien hace un análisis profundo acerca de cómo los jóvenes en la actualidad se configuran como “sujetos sociales” y definen su identidad a partir de las diversas apropiaciones que hacen en el espacio virtual.

Queremos hacer una mención a lo que postula Pierre Levy también en relación a lo virtual, como un espacio potencial de creación: “Lo virtual, no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes”. (Levy, 1999: 14)

Morduchowicz destaca la lectura hipertextual, no lineal, como una de las principales transformaciones que conlleva internet, pudiendo realizar varias tareas a la vez. Esto va delineando de alguna manera la forma en que las juventudes conciben el mundo; produciéndose nuevas experiencias culturales donde los jóvenes se vuelven visibles, nuevas

maneras de sentir, de ver, y por ende, de construir identidad.

Y esta idea de construcción de identidad en el espacio virtual es inseparable de lo postulado por Manuel Castells, el sociólogo que se refiere a cómo internet se convirtió en mucho más que una tecnología, de cómo se volvió una manera de estructurar la sociedad; y reflexiona acerca de internet como el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades, el medio sobre el que se basa esta nueva forma de sociedad: La Sociedad Red.

Para este autor internet es la sociedad, y eso se ve plasmado en los intereses, los valores sociales de los usuarios de cada comunidad. Es así que dicha red llega a interferir en todos los niveles de la vida, y la sociedad es entonces “una sociedad cuya estructura social está construida en torno a redes de información a partir de la tecnología de información microelectrónica estructurada en internet”. (Castells, 1999:158)

A su vez el investigador y docente de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) Sebastián Castro Rojas, postula también cómo las TIC son generadoras de nuevas relaciones y a la vez de grandes cambios en las relaciones sociales ya existentes; cómo la presencia de dispositivos comunicacionales ha modificado el esquema tradicional de comunicación por el de redes múltiples, "en las que cada persona es el punto de inicio y de llegada de demandas y respuestas, en las que se ponen en juego las singularidades y homogeneidades que conforman esta cadena (casi infinita) de interacciones".²

En este contexto de cambios generados por los avances tecnológicos, cada uno hace una apropiación particular “según la generación de usuario a la que pertenece”, por lo que nos interesa hacer mención a la generación de las y los jóvenes que nacieron y crecieron en un entorno predominantemente digital, que son “nativos digitales”. Son justamente ellos a quienes están dirigidas las acciones de la Dirección de Juventudes; por esto la importancia de identificar sus principales características y usos, diferenciándose de los “inmigrantes digitales”, entendiendo así a quienes no han crecido en un mundo digital y debieron acercarse al mismo para adaptarse al nuevo escenario.

En el trabajo “Nuevos medios: Estrategias de convergencia”, Roberto Igarza retoma el término original de Marc Prensky: “Nativos digitales”, según este teórico los nativos digitales son aquellos que han nacido en un mundo ya digitalizado, realizan varias tareas a

² <http://tinyurl.com/nr7alyg>

la vez en el espacio virtual, consumiendo datos de diversas fuentes simultáneamente, llevan a cabo una lectura hipertextual³, prefieren imágenes, videos y sonidos en contraposición a textos, su mirada de la realidad ha estado siempre mediatizada, incorporan la tecnología en la mayoría de sus actividades diarias, explotan con facilidad y habilidad los diversos dispositivos comunicacionales, y los prefieren por su bajo costo; han sabido configurar un lenguaje propio de abreviaciones y códigos, pueden estar comunicados todo el tiempo con varias personas y/o grupos a la vez, y esperan respuestas inmediatas. Con las TIC satisfacen casi todas sus necesidades: entretenimiento, comunicación, información, aprendizaje, etc; y son creadores también de sus propios contenidos.

Es innegable pues la gran influencia que este entorno digital ejerce en la constitución de la identidad de estos nativos digitales, como también lo planteaba anteriormente Roxana Morduchowicz. Estos jóvenes han configurado su universo, sus nociones, sus acciones, sus decisiones, a partir de los dispositivos digitales que los rodean. “Para los nativos digitales, ‘ser es, ante todo, comunicar’”. (Igarza, 2008: 37)

Consideramos que en una sociedad de estas características cobra especial relevancia el espacio de la comunicación y es innegable su influencia sobre estos cambios y transformaciones sociales. Como bien señaló Ester Kaufman: “La sociedad de la información ha modificado (...) las maneras de relacionarnos, de informarnos, de educarnos, de gobernarnos”. (Kaufman, 2007: 7)

Por ello, nos interesa otra expresión que cobró relevancia este último tiempo: Gobierno Electrónico. Y aquí citamos nuevamente el trabajo de Kaufman: “Políticas públicas y tecnologías. Líneas de acción para América Latina”, donde plantea que la noción de Gobierno Electrónico debe pensarse como algo superador a la simple informatización de las áreas del Estado y la consecuente automatización de trámites administrativos; y en cambio deben considerarse cambios profundos en la manera de gestionar dicho Estado, aunque aclara que en Argentina y en América Latina en general el Gobierno Electrónico tiene un desarrollo incipiente.

Desde diferentes miradas se intenta dar cuenta de este fenómeno que se está conformando y que se ha denominado Gobierno Electrónico. En este estudio consideramos la visión de

³ El hipertexto, según Igarza, es el texto en el que algunos o todos los vocablos están vinculados (direccional, apuntan) a otras partes del mismo texto o a otros textos. Un documento hipertextual permite una lectura no secuencial por medio de encadenamientos o enlaces (links) previstos por el autor o el editor.

Criado Grande expuesta en el trabajo de Kaufman (2007: 20, 21) que se refiere principalmente al uso de las TIC:

“Desde una perspectiva más integradora de las distintas TIC, el Gobierno Electrónico refiere a la adopción de las TIC por las Administraciones Públicas, como diferentes vías a través de las que se conectan e interactúan con otras organizaciones y personas, especialmente mediante sus páginas web, pero también a través del correo electrónico y otras herramientas, como el teléfono móvil”.

Por su parte, Joia, citado por Kaufman (2007: 21) en el mismo trabajo explica que:

“Desde sus fines, el Gobierno Electrónico es un concepto emergente cuyo objetivo es proveer o hacer disponible informaciones, servicios o productos, a través de un medio electrónico, a partir o a través de órganos públicos, en cualquier momento, de modo de agregar valor a todos los actores sociales”.

La mayor dificultad con la cual se enfrentarían estos Estados es la incapacidad para articular las nuevas prácticas que una “gestión mediatizada” implica, dado que las TIC podrían ampliar enormemente las posibilidades de participación de los ciudadanos. Y en este escenario “los Estados deben ser piezas clave para la Sociedad de la Información y el Conocimiento, en tanto articuladores (...) como productores de contenidos de alto valor”. (Kaufman, 2007: 19)

En relación a esto, uno de los objetivos de la DPPJ es garantizar el acceso a la información a las y los jóvenes de Rosario con la intención de propiciar su participación como actores estratégicos en el desarrollo de la ciudad y en la construcción de políticas públicas. En este sentido es imposible no hacer una analogía con lo postulado por Kaufman en relación al Gobierno Electrónico y la posibilidad de empoderar al ciudadano mediante el acceso a la información y la creación de una gestión pública más eficiente.

Por ello consideramos que una institución con una clara intención de incorporar la perspectiva joven a una agenda municipal de políticas públicas integrales y con un área de comunicación, debe darse la tarea de actualizar su comunicación digital, gestionar contenido de valor, facilitar el acceso a la información y formar parte de ese universo virtual donde las juventudes hacen sus apropiaciones y construyen sus recorridos, toman sus decisiones, y crean identidad.

2.1 Un abanico de formas para estas voces

En el marco de este trabajo consideramos que la metodología cualitativa resulta pertinente para la interpretación de la problemática, ya que nos permite realizar un acercamiento al modo en que la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes configura los modos de comunicación en los entornos virtuales de la web desde la perspectiva de los actores involucrados, jóvenes, trabajadores y directivos de la institución.

En este sentido consideramos que las técnicas metodológicas cualitativas son las adecuadas ya que nuestro objeto de estudio es variable, cambiante, diverso, heterogéneo y se pretende hacer aproximaciones a los intereses de la institución y de las juventudes. Estos intereses no son fijos sino que están sujetos a decisiones de gestión y se van modificando según las prioridades o distintos momentos, al igual que lo que sucede con las juventudes, ya que no existe un único podemos hablar de diversos colectivos de juventudes.

Es necesario que remarquemos que quienes realizamos este trabajo nos desempeñamos como trabajadoras de la Institución, compañeras de trabajo de los informantes y entrevistados, con un vínculo más cercano o más lejano pero con un vínculo al fin con los jóvenes entrevistados, a partir de lo cual podemos reconocer que este estudio tiene una lectura interpretativa con una carga subjetiva importante lejos de la perspectiva de un investigador que no está involucrado con la misma.

Aporta a esta propuesta metodológica lo expuesto por el investigador de la comunicación Washington Uranga, en su propuesta Prospectiva Estratégica de la Comunicación, el mismo dice “esta mirada rescata la idea del comunicador comprendido como un científico social que posee saberes, capacidades y destrezas que le permiten facilitar el diálogo público entre actores diversos en el espacio público. Y entiende al planificador de procesos comunicacionales como aquel comunicador que trabaja en la articulación productiva de saberes y capacidades de estos distintos actores en función de la construcción de consensos en escenarios de transformación” (Uranga, 2008:6).

Los actores sociales implicados en este estudio son aquellos que forman parte de la DPPJ y aquellos a los que están destinadas las acciones como ser jóvenes y actores que tienen relación con jóvenes y todos aquellos que de alguna manera intervienen e interaccionan a través de los canales comunicativos de la Dirección como Facebook y Twitter.

En una primera etapa realizamos análisis cualitativo del contenido, modos y estética utilizada por la DPPJ en sus distintas redes sociales, teniendo presente siempre los discursos juveniles y los entornos virtuales donde las juventudes terminan por conformar sus identidades. Es así que, en primer lugar abordamos el fenómeno donde se expresa la cultura de la convergencia, determinando y seleccionando informantes claves, páginas web municipales y los sitios que utiliza la DPPJ para interactuar con sus públicos. Esto nos posibilita indagar e identificar los intereses y prácticas de la institución como de los usos y prácticas que hacen las juventudes de los medios digitales.

En el desarrollo de la exploración consideramos relevante la realización de una observación de las plataformas digitales utilizando el usuario de la DPPJ para poder identificar las interacciones de los internautas en la comunidad virtual, registrando su funcionamiento como así también los movimientos y usos de los usuarios, para poder a través de la práctica producir conocimiento. Se registran los movimientos en las redes, de las redes sociales, y también los trabajadores de la institución. Para esto se identificaron algunos trabajadores de la DPPJ para determinar qué uso hacen de las redes.

Además realizamos análisis documental de las publicaciones y documentos que produjo la institución en relación a la comunicación digital, análisis de material institucional publicado y de circulación interna, como escritos de autoridades, funcionarios y equipos de trabajo. Relevamos y analizamos registros del archivo impreso y digital de las producciones comunicacionales a partir del año 2008.

En un segundo momento recurrimos a la entrevista en profundidad a distintos actores, porque a través de esta técnica se puede profundizar sobre las políticas con respecto a la comunicación en entornos digitales desde la perspectiva de los actores institucionales, la forma en que los actores piensan el mundo virtual y la relación que las juventudes hacen de estos espacios, como así también cómo los jóvenes se apropian, qué modos eligen para informarse y comunicarse.

El trabajo de campo realizado nos aporta conocimiento a partir del cual podemos responder así a la necesidad que plantea en la Dirección de Juventudes de actualizar, mejorar la comunicación digital con los/as jóvenes, creando una plataforma que supere las existentes en el contexto de la complejidad del sistema de medios a partir de la convergencia de nuevas formas comunicativas haciendo uso de las redes sociales.

2.2 Un abanico de voces y formas para un caso: Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de Rosario

A continuación desarrollamos una descripción de la institución en la que trabajamos desde el año 2008 a la actualidad y la cual demanda una acción de comunicación para optimizar sus recursos en el mundo de lo digital.

A partir del análisis de documentos institucionales podemos determinar que la DPPJ dependiente de la Secretaría de Promoción Social, es el área de la Municipalidad de Rosario encargada de “promover, diseñar, ejecutar y evaluar políticas públicas de juventudes; basándose en la diversidad de las mismas, propiciando su participación como actores estratégicos, fortaleciendo el diálogo intergeneracional y promoviendo la perspectiva de género”. (Municipalidad de Rosario, 2011: S/D)

En la entrevista con la Directora Ma. Laura Capilla, quien dirige la institución desde el momento de su creación, ella subraya que la DPPJ fue creada por decreto en diciembre de 2011 en una intención del municipio de profundizar las políticas públicas juveniles, *“aspirando a generar en el seno del estado una estructura organizativa regulada y aprobada acorde al desarrollo de políticas integrales, articuladas e inclusivas”*.

Y además agrega que *“el objetivo eje que esta institución se planteó desde sus inicios fue desarrollar políticas públicas de juventudes integrales e integradas territorialmente con y desde las y los jóvenes como actores estratégicos; con el desafío de mejorar condiciones y calidad de vida, propiciando la vigencia plena de sus derechos”*.

En relación a esto, nos interesa exponer un fragmento extraído del último dossier institucional que es de circulación interna desde 2015 para todos los trabajadores de la institución, donde se manifiestan los objetivos de la DPPJ:

“Promover el reconocimiento de las y los jóvenes como sujetos con capacidades, necesidades e intereses específicos; desarrollar acciones que impulsen la transversalidad, intersectorialidad y territorialidad en las políticas públicas de juventudes en conjunto con otras áreas estatales, como así también en ámbitos académicos e instituciones de la sociedad civil; generar procesos de inclusión social integrales con jóvenes en situación de

vulnerabilidad que tiendan al ejercicio de sus derechos ciudadanos, fortaleciendo las capacidades subjetivas en el ejercicio de esos derechos desde un plano de igualdad de oportunidades; potenciar la participación de las y los jóvenes, en espacios y proyectos de construcción de ciudadanía, promoviendo la equidad entre varones y mujeres”.

Actualmente la DPPJ tiene sus oficinas en uno de los galpones que integran la *Franja Joven del Río*, Galpón Centro de la Juventud, ubicado en Avenida Belgrano 950 b, lugar donde muchos trabajadores y trabajadoras cumplen funciones y donde se desarrolla sólo una parte de la totalidad de las propuestas de la institución.

Además, la DPPJ tiene equipos de trabajo en diecisiete Centros de Convivencia Barrial (CCB), Centros de Salud, Centros Municipales de Distrito y otros espacios, además de los diversos lugares y actores con los cuales los trabajadores y las trabajadoras articulan cotidianamente, como pueden ser instituciones capacitadoras, directivos y docentes de escuelas secundarias, otros centros de salud, clubes, vecinales, funcionarios y trabajadores de otras áreas del municipio, organizaciones de la sociedad civil, etc.

Ma. Laura Capilla expone en la entrevista que *“una de las líneas de acción de mayor relevancia de la Dirección es el trayecto socioeducativo con jóvenes en los CCB, que se encuentran en diferentes barrios de la ciudad, y surgen en el marco de un Plan de Convivencia que la Municipalidad de Rosario dio a conocer en el año 2013”*.

A su vez, Capilla aclara que *“un Centro de Convivencia Barrial es entendido como un espacio ubicado estratégicamente en un barrio de gran vulnerabilidad que pretende posibilitar la inclusión de grupos familiares, priorizando allí el trabajo con niños, jóvenes y adultos mayores”*.

Los CCB donde la DPPJ tiene equipos de trabajo son los siguientes: CCB Nuevo Alberdi y Los Cedros ubicados en el Distrito Norte; CCB Ludueña Norte, Ludueña Sur y Emaús pertenecientes al Distrito Noroeste; CCB Belgrano, Santa Lucía, 23 de Febrero y Centro Integrador Comunitario ubicados todos en zona Oeste; CCB Itatí, Las Flores y Las Flores Sur pertenecientes al Distrito Sudoeste y CCB La Tablada, Flammarión, Molino Blanco y el Centro de Salud El Mangrullo en zona Sur.

El organigrama de la institución da cuenta de las Áreas de Apoyo que asisten técnicamente a los diferentes equipos que llevan adelante las actividades con las y los jóvenes. Éstas son:

Comunicación, Espacio Audiovisual, Planificación y Redes Institucionales, Logística y Recursos Estético-Pedagógicos, Administración y Gestión de Personal, Técnica, Montaje y Mantenimiento.

Capilla manifiesta que la DDJJ *“tiene propuestas diseñadas con otras áreas gubernamentales que son programas o proyectos destinados a las y los jóvenes en articulación con diferentes niveles estatales, que contempla acciones con espacios como los Distritos Digitales para jóvenes, el Punto Oeste y Punto Noroeste y con las iniciativas provinciales, el Proyecto Nueva Oportunidad de inclusión sociolaboral y el Plan Vuelvo a estudiar de reinserción escolar”*.

A continuación describimos las diversas actividades, que a partir de un trabajo de análisis documental, podemos desglosar como las acciones que actualmente lleva a cabo la institución:

- Presupuesto Participativo Joven (PPJ)

Recurso de participación juvenil utilizado para elaborar el presupuesto municipal a través de la participación directa de las juventudes en la definición de prioridades y la distribución de recursos existentes, diseñando proyectos colectivamente para la ciudad que puedan ejecutarse con el aval del municipio: como por ejemplo encuentros deportivos, capacitaciones, talleres recreativos, eventos culturales, etc. Esta experiencia se lleva a cabo desde el año 2002 y tiene un cronograma anual que reúne distintas instancias de encuentro que pueden pensarse como espacios de participación: los foros con escuelas de todos los distritos, los momentos de confección de proyectos, la presentación de los mismos a autoridades y funcionarios municipales y jornadas de votación.

- Talleres y lenguajes expresivos

Espacios pensados principalmente como instancias de encuentro y convivencia para promover la expresión, la canalización de intereses y problemáticas juveniles, la comunicación e intercambio entre pares. Tienen la inscripción abierta todo el año, están destinados a jóvenes de 13 a 25 años, y son gratuitos como todas las actividades de la DPPJ.

Año a año se piensan estas propuestas en relación a la demanda por parte de las y los

jóvenes y de los proyectos votados por las juventudes en el Presupuesto Participativo Joven. Son talleres que trabajan en torno a lenguajes, medios o soportes, por ejemplo este año 2015 las propuestas son: teatro, reggaetón, capoeira, tango, cómic, guitarra, salsa, artes plásticas, percusión, ilustración y diseño, teatro negro, acrobacia, circo, realización audiovisual, etc.

Más allá del aprendizaje del lenguaje particular, los talleres pretenden construir espacios de referencia para las y los jóvenes.

- Muestra de talleres

Encuentro de jóvenes participantes de los talleres del Galpón y los CCB. Se lleva a cabo dos veces al año (julio y noviembre) en el Galpón Centro de la Juventud. Consiste en la exposición de producciones de cada uno de los talleres. De esta manera las y los jóvenes pueden mostrarles a sus familiares y amigos lo desarrollado y aprendido en estos espacios de construcción colectiva.

Es también una instancia favorable para que participantes de los talleres puedan ver qué proponen los otros talleres y para que las juventudes que asistan como espectadores se sientan convocados a participar.

- Galponeando

Evento que tiene como principal objetivo el encuentro interbarrial juvenil en un lugar emblemático de la ciudad para las y los jóvenes como es el Galpón Centro de la Juventud. Si bien hay jóvenes que transitan diariamente por este lugar y que llegan desde distintos distritos de la ciudad, también hay muchos jóvenes que por distintas razones les resulta difícil acercarse: barreras territoriales simbólicas, desconocimiento, etc.

Esta jornada se realiza generalmente en vacaciones de verano e invierno, e invita a participar de un día de actividades donde el juego, el deporte, la música, el arte y el baile se convierten en las excusas para que las y los jóvenes de distintos barrios de la ciudad puedan encontrarse, compartir y apropiarse de un lugar común.

- Perspectiva Joven

Espacio de acompañamiento para las juventudes entre 16 y 35 años que se encuentran en la

búsqueda de proyectos, estudios y/u ocupaciones. La idea de esta propuesta es poder trabajar con el joven de manera particular a partir de intereses propios, brindándole información y asesoramiento.

- Memoria y convivencia

Jornadas lúdico-participativas que se llevan a cabo en el Galpón Centro de la Juventud generalmente durante la semana en que se conmemora el Día Nacional de la Memoria por la Verdad y la Justicia. La misma convoca a cursos de escuelas secundarias y grupos de jóvenes que concurren a CCB y consisten en una serie de postas didácticas que invitan a la reflexión y la producción grupal de sentido en torno a las nociones de: derechos humanos, identidad, memoria y convivencia.

- Hacete la película

Proyecto socioeducativo de experimentación audiovisual. La DPPJ adopta el lenguaje audiovisual como un lenguaje artístico que posibilita a las juventudes expresar sentimientos, relatos y sucesos, desde lo personal y lo grupal.

La propuesta concreta es transitar la experiencia de un día de rodaje, a partir de tres historias a elección y elaborar grupalmente un corto de ficción desde la génesis de la historia hasta su realización.

El desarrollo de estas ficciones (cortos y medimétrajes) con los jóvenes hace foco en la utilización de las dependencias públicas, calles, plazas del barrio y la ciudad como recurso de reconocimiento y apropiación del espacio público.

Las producciones se viralizan en las redes sociales de la institución para compartir con otros jóvenes y con la ciudadanía en general las diversas miradas juveniles que generaron estos relatos audiovisuales.

- Encuentros interbarriales

Estos encuentros se realizan con la intención de que grupos de jóvenes que se encuentran realizando talleres y capacitaciones en distintos barrios de Rosario, puedan encontrarse en un lugar común para, principalmente, compartir e intercambiar saberes y experiencias concretas que han adquirido en sus respectivos recorridos. Son jóvenes que asisten a los

CCB y participan de las distintas propuestas que allí se ofrecen, principalmente cursos de capacitación en oficios.

- Recorriendo la ciudad

Proyecto que desde hace algunos años es elegido por las y los jóvenes en el marco del PPJ. Consiste en paseos guiados de integración e intercambio cultural por lugares emblemáticos de la ciudad y/o que por diversas razones son de interés juvenil. Esta actividad se realiza con alumnas/os de escuelas secundarias y jóvenes que concurren a los CCB. Cada recorrido intenta revalorizar la mirada juvenil sobre el espacio público, acercando a las juventudes a los espacios turísticos, sociales, culturales, educativos y productivos de la ciudad y promoviendo la convivencia de jóvenes provenientes de diferentes barrios.

- Septiembre Joven

Agenda mensual cultural y recreativa de actividades gratuitas que se llevan a cabo en distintas zonas de la ciudad, destinadas a las y los jóvenes de Rosario. Desde hace muchos años el mes de septiembre tiene como evento central la celebración del Día de la Primavera, día en que se lleva a cabo *Primavera en los Galpones*, la jornada que se realiza todos los 21 de septiembre en la *Franja Joven del Río* con actividades varias y recitales de bandas locales.

- Pintó correr

Es la *Maratón Rosario Más Joven*. Se realizó por primera vez en el año 2014 y pretende instalarse como una de las propuestas fijas de la agenda *Septiembre Joven*.

Si bien se trata de una jornada abierta y dirigida a todos los ciudadanos de Rosario, apunta fundamentalmente a convocar la participación juvenil de diferentes distritos de la ciudad. Se trata de una maratón de tipo recreativa-integrativa, de seis kilómetros y de categoría única.

- Me traje un corto

Encuentro audiovisual joven con proyecciones y talleres. Se trata de un proyecto de co-producción entre las Secretarías de Promoción Social y Cultura y Educación a través de la

DPPJ y el Centro Audiovisual Rosario (CAR). Busca promover la producción audiovisual juvenil, generando espacios para compartir experiencias y realizaciones, fortaleciendo recursos a través de capacitaciones específicas. Está destinado a jóvenes de 16 a 21 años que tengan particular interés en la temática audiovisual o jóvenes que se acercan por primera vez a una experiencia de esta temática.

- Capacitaciones y oficios

Plan de inserción laboral para jóvenes entre 16 y 30 años en situación de vulnerabilidad social que ofrece cursos de capacitación en distintos rubros; por ejemplo: herrería, panificación, electricidad, carpintería, encuadernación, etc. Estos cursos de oficios y servicios se dictan a través de instituciones inscriptas en el Registro de Instituciones Capacitadoras (RIC) del municipio. A su vez, la DPPJ busca crear lazos institucionales con los jóvenes y acompañarlos en la construcción de un proyecto de vida a través del accionar coordinado de diferentes equipos territoriales. Esta acción se realiza de manera conjunta con el área de la Dirección General de Empleo municipal y el programa provincial Nueva Oportunidad.

- Barrios de cara al río

Proyecto socioeducativo náutico que tiene como objetivo al acercamiento y familiaridad de las y los jóvenes con el río, brindando conocimientos de todo lo que implica relacionarse directamente con él, su uso racional y el cuidado del espacio: canotaje, natación, primeros auxilios, navegación y cuidado de la naturaleza.

El proyecto se realiza de manera conjunta con el área de Deportes municipal y convoca principalmente a jóvenes, niñas y niños que concurren a los CCB del Distrito Norte de la ciudad.

- Punto Digital Oeste

Centro Municipal de Inclusión Digital que se enmarca en una estrategia municipal que pretende instalar estos *Puntos* en todos los distritos de la ciudad. Se trata de un espacio multimedial de acceso gratuito que promueve la reducción de la brecha digital mediante un mayor acceso y uso de las TIC en niñas, niños y jóvenes. La propuesta está orientada a

jóvenes de 12 a 18 años de distintos barrios del Distrito Oeste, y busca generar un espacio de inclusión social a través de la experimentación y el desarrollo de proyectos digitales juveniles.

La DPPJ desarrolla en este espacio actividades que buscan generar oportunidades a partir de nuevas formas de comunicación y colaboración.

- ¡Socorro!

Jornada de capacitación en Primeros Auxilios a cargo de personal del SIES⁴. Es otro proyecto en el marco del PPJ que consiste en una capacitación teórica y práctica donde las y los jóvenes reciben conocimientos básicos sobre cómo intervenir en situaciones de emergencia y accidentes de distinto tipo donde algún joven resulta lesionado o lastimado.

Esta actividad se lleva a cabo principalmente con grupos de alumnas y alumnos de escuelas secundarias y puede tener lugar en el Galpón Centro de la Juventud o en las instalaciones de la escuela, si así lo requiere.

2.2.1 Acerca del lugar de la Comunicación: Sobre el Centro de Información y Orientación Juvenil, el antecedente del Área de Comunicación

Hacia el año 2008, la DPPJ aún no existía, y en su lugar, funcionaba el Centro de la Juventud municipal en los galpones portuarios al lado del río Paraná, donde se encuentra actualmente.

En el desarrollo de la entrevista a Yanina Zonni, referente desde hace años de los talleres de la institución, nos comenta cómo se crea el Centro de la Juventud:

“En una casa de Rioja al 1500 funcionaban el Centro de Adolescencia y el Departamento de la Juventud, y ahí comienza un proceso de institucionalidad pública en materia de juventud en la ciudad. Era el 92. Una casa re chica, con tres habitaciones. Esto duró hasta marzo del 96, cuando se aprueba la ordenanza que unificaba a ambas áreas creándose el Centro de Juventud”.

⁴ Sistema Integrado de Emergencias Sanitarias que brinda cobertura asistencial prehospitalaria a las emergencias y urgencias médicas dentro de los límites de Rosario

Además Zonni agrega que *“empezó a generarse algo ahí muy importante, la gente de Rosario se empezó a enterar de que había un lugar para los jóvenes y que ahí se podían hacer cosas”*.

En los archivos institucionales encontramos que durante el período de transición de la unificación de las dos áreas y la creación del Centro de la Juventud se implementó una propuesta que consistía en: talleres (radio, escritura, orientación vocacional, teatro, etc), talleres en ámbitos comunitarios (escuelas, centros de salud, centros culturales, barrios), convocatoria a grupos juveniles, talleres de promotores de acción comunitaria y taller de capacitación de personal en servicio, entre otros.

Después de analizar este material institucional podemos identificar que desde el año 1997 y hasta el año 2012, atendiendo a las particularidades sociales, económicas y culturales que caracterizaban a las juventudes rosarinas, la institución fue adquiriendo diversas estructuras de funcionamiento, planificó talleres, programas, reconfiguró objetivos y ejes de trabajo.

Es importante hacer mención de este proceso, debido a que el Área de Comunicación se “desprende” de uno de los programas del Centro: Centro de Información y Orientación Juvenil (CIOJ).

En esta oportunidad, dialogando con Vanina Rial, quien fue la Coordinadora del espacio del CIOJ desde 2008 hasta 2012, nos cuenta que el mismo *“era un espacio que tenía como principal función responder a las consultas e inquietudes de la ciudadanía en general pero haciendo foco en los intereses de las y los jóvenes. Esto lo hacíamos de diversas maneras, personalmente, telefónicamente y a través del correo institucional”*.

En esta entrevista Rial también habló de los orígenes del CIOJ, el cual surge en 1996 en el marco de un análisis situacional que definió como prioritario la información y el asesoramiento de los jóvenes, a partir de las necesidades y demandas de ellos mismos. En ese momento se lo denominó *Los jóvenes conocen y ejercitan sus derechos*. Es así que este espacio intentaba dar respuesta a consultas e inquietudes de lo más variadas: trabajo, recreación, salud, cultura, educación, deportes, etc.

Vanina Rial agrega: *“Año a año este espacio se fue renovando según las necesidades e inquietudes de las juventudes que se acercaban o que consultaban por los diferentes medios. La institución consideraba que la información eficaz jugaba un papel decisivo en el proceso de construcción de identidades, sentidos sociales y culturales”*, y de esta manera

también expresó que es a partir del acceso a la información que las y los jóvenes pueden participar más activamente como sujetos de derechos.

En el análisis de los archivos del Centro de Información pudimos identificar algunas acciones relacionadas al campo de la comunicación:

La distribución por correo electrónico de un *newsletter*: *Data Joven*, con información sobre actividades juveniles; el envío mensual de un boletín informativo a las y los trabajadores del Centro de la Juventud, bocetos con contenido para piezas gráficas que necesitaban los demás programas, las cuales eran impresas y/o enviadas por mail; planificación de actividades varias. También pudimos determinar que en el año 2008 se creó el perfil de Facebook: Centro de la Juventud; y un año más tarde, en 2009, la cuenta en Twitter: @juventudrosario.



Imagen 1. Newsletter “Data Joven”. Año 2008



Imagen 2. Boletín mensual de Comunicación Interna. Año 2008

En esos documentos se pudo observar también que había surgido la idea de una web institucional. Respecto a esto Rial declara que “*no pudo concretarse debido a cuestiones presupuestarias y de recursos*”.

Los registros institucionales aportan el dato de que la mayor parte del equipo del CIOJ estuvo siempre conformado por estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social. A partir de esto y de las acciones antes mencionadas podemos observar que el CIOJ se convierte entonces en el único programa del Centro de la Juventud que “toma”, de manera casi indirecta, la faceta comunicacional de la institución; pero el Área de Comunicación en ese momento no existía y solamente se proyectaba como una idea a futuro.

En relación a una de las tareas del CIOJ de definir contenido y diseñar piezas comunicacionales para las actividades que se llevaban a cabo, podemos aportar una selección de piezas gráficas del archivo de la institución. En ellas se observa la dificultad para identificar una identidad⁵ institucional dado que en ese momento la institución no contaba con un área de comunicación que trabaje en la concordancia de estas piezas con la identidad e imagen de la DPPJ.

⁵ Según Joan Costa, Identidad Corporativa es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

Muestra de Piezas comunicacionales⁶ (2008-2011):

A continuación exponemos una selección de las piezas gráficas que se confeccionaron en el Centro de Información y Orientación Juvenil de la DPPJ desde el año 2008 hasta el año 2011, y que se encuentran en los archivos digitales de la misma. A modo ilustrativo y para señalar algunas cuestiones que nos interesan hemos seleccionado dos piezas por año.

Este material fue pensado en su momento como herramienta de difusión de diversas actividades de la institución; algunas fueron impresas, y otras enviadas por correo electrónico y/o publicadas en Facebook; es decir, su principal objetivo era la convocatoria de jóvenes a las actividades.

En el análisis consideramos diferentes dimensiones que constituyen su identidad: gama cromática, tipografía, ornamentos gráficos, formato de la pieza, legibilidad, lenguaje y logotipos.



Imagen 3. Volante Festival de bandas. Año 2008

Volante de convocatoria realizado en blanco y negro y formato horizontal para invitar a dos actividades distritales en el marco de las propuestas de Septiembre Joven del municipio. Este archivo fue maquetado para imprimirse.

⁶ Las piezas gráficas expuestas han sido editadas para esta presentación por lo que no respetan el tamaño original.



Imagen 4. Volante Presupuesto Participativo Joven. Año 2008

Volante a color realizado en formato horizontal para convocar a una de las últimas instancias que comprende el PPJ. No podemos determinar si además de enviarse por mail se imprimió de esta manera.



Imagen 5. Volante Aguante de Verano. Año 2009

Volante impreso a color en formato vertical que se encontró en los archivos gráficos de la institución. El contenido de la misma no especifica si se trataba de un volante de convocatoria a actividades programáticas o eventuales de *Aguante de verano 2009*. A

través de la consulta que se hizo a la institución determinamos que se trataron de las actividades de verano del mismo año y que según la actividad la modalidad era distinta.



Imagen 6. Volante Septiembre Joven. Año 2009

Volante que se realizó en formato horizontal para convocar a dos actividades distritales en el marco de las propuestas de Septiembre Joven del municipio. Este archivo fue maquetado para imprimirse.



Imagen 7. Volante Orientación Vocacional. Año 2010

Volante a una tinta en formato horizontal de convocatoria a una actividad programática del Centro de la Juventud, para poder ser impreso en Imprenta Municipal, según registro.



Imagen 8. Volante Septiembre Joven. Año 2010

Volante a color en formato vertical para invitar a los jóvenes al festejo del Distrito Norte en el marco de las propuestas de Septiembre Joven del municipio. Este archivo fue maquetado para imprimirse.



Imagen 9. Volante Aguante de Verano. Año 2011

Volante a color para compartir en redes sociales y por correo electrónico, según registro.



Imagen 10. Volante Muestra de Talleres. Año 2011

Volante a color en formato vertical que fue impreso, además de publicado en redes sociales y enviado por correo electrónico, según registro.

Del análisis que realizamos de estas piezas podemos inferir que todas tenían como fin convocar a distintas actividades del Centro de la Juventud, por lo tanto tienen en común que eran piezas de difusión y convocatoria. A su vez podemos observar que algunas piezas se han difundido a través de la web utilizando el mismo diseño que se pensó para ser impresas.

Consideramos que hay piezas que presentan una gran variedad de colores y otras realizadas en blanco y negro; e incluso esta selección de piezas podrían confundirse con volantes de distintas instituciones, ya que no se distingue un color identitario y si bien entendemos que el blanco y negro fue y es utilizado en la institución por falta de recursos, consideramos que la gama cromática no es el único elemento que construye identidad en una pieza, por lo que incluso los volantes en blanco y negro también deberían responder a una identidad.

Podemos observar que los volantes terminan perdiendo identidad porque no se corresponde entre uno y otro el conjunto de elementos identitarios.

La Municipalidad de Rosario considera prioritario que se apliquen los lineamientos desarrollados en el Manual de Identidad Gráfica para que se respete la Comunicación

Visual. Para esto comparte los logotipos, las fuentes y mencionado manual.

En el análisis de estos lineamientos podemos determinar que la tipografía *DIN Next LT Pro* en sus distintas acepciones es la que debe utilizarse y vemos que en estas piezas es uno de los pocos elementos que se ha respetado.

A pesar del diseño inferimos que la unificación en la utilización de esta tipografía no consigue crear identidad dado que hay otros elementos gráficos que hacen ruido en el mensaje; por ejemplo, diversos ornamentos gráficos como íconos y tramas y distintos formatos.

En las imágenes 3 y 4, que corresponden al año 2008, se puede observar que una de ellas se realizó en blanco y negro y la otra a color. Y ambas presentan un diseño muy distinto. La primera que se refiere al Festival de Bandas presenta el contenido de manera más desestructurada y la segunda tiene un diseño mucho más formal, que consideramos poco juvenil. Ambas utilizan gráficos diferentes. Lo único que hace que se correspondan, según nuestro criterio, es la utilización de los mismos logos.

En las imágenes 5 y 6 volvemos a observar que no hay una correspondencia identitaria, los colores, íconos y tramas utilizadas no presentan un factor que los agrupe como tal.

Además, consideramos que en la imagen 5 el contenido es confuso dado que promociona una serie de actividades pero no se brinda información sobre lugares, días y horarios.

Consultando a varios jóvenes que no son asiduos de la institución concluimos que la mayoría coincide en la ausencia de una estética joven que los convoque como tales. Algunas opiniones recolectadas fueron: *“Le falta onda”* (Gabriela, 17 años, estudiante secundaria), *“no me da a joven”* (Rocío, 17 años, estudiante secundaria), *“Septiembre en el oeste no me invita”* (Esteban, 22 años, Estudiante de Ciencia Política), *“El loguito de Septiembre Joven me gusta pero le falta color”* (Gabriela, 20 años, estudiante de Comunicación Social), *“La de Orientación Vocacional está bien pero puede ser de cualquier otra institución”* (Micaela, 22 años, estudiante de Bellas Artes), *“La tipografía es muy dura”* (Mauricio, 21 años estudiante de Diseño Gráfico).

Consideramos por ejemplo que la imagen 7 nos muestra un volante que podría corresponder a otra institución más formal debido a la ausencia de una estética juvenil.

Con respecto a los logos, no podemos identificar el criterio para la utilización de los mismos, dado que se puede observar que en algunas piezas se han empleado los

isologotipos de la Municipalidad y del Centro de la Juventud y en otras se optó sólo por el del municipio.

2.2.1.1 Sobre el Área de Comunicación

En la entrevista con la Directora Ma. Laura Capilla, se hizo referencia a la creación del Área de Comunicación de la DPPJ: *“Cuando a finales de 2011 se crea la Dirección, entre los múltiples cambios y aportes que se desarrollaron en esa nueva estructura surge la necesidad de crear un Área de Comunicación”*.

Según lo conversado con la Directora, esta demanda institucional coincidía con las necesidades planteadas tiempo atrás por parte del equipo del Centro de Información y Orientación Juvenil que ya se encontraba realizando algunas tareas de comunicación de “manera indirecta”.

El estudio de los documentos institucionales de ese momento nos posibilita identificar el análisis situacional del Centro de la Juventud en el que se reconocieron las siguientes problemáticas vinculadas a la comunicación institucional: Falta de definición de una imagen institucional, falta de definición de un discurso unificado para nombrar a las y los jóvenes, dificultad para coordinar criterios y tiempos de trabajo con la Oficina de Comunicación de la Secretaría de Promoción Social, la ausencia de diferenciación entre las tareas de comunicación y las del CIOJ (atención al público), la ausencia de una planificación estratégica comunicacional.

Capilla agregó: *“Se determinó que la institución requería de un área que pueda ser responsable de actualizar y comunicar la identidad de la institución, generando acciones comunicacionales concretas, a través de las cuales se pueda atender a las particularidades de las distintas acciones de la Dirección”*.

Con respecto a esto, la coordinadora del CIOJ, Vanina Rial, expresó que *“después de varias reuniones con los nuevos directivos y atendiendo a las necesidades del momento se incorpora al organigrama de la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes un equipo de Comunicación Institucional para que a partir de una visión integral y heterogénea de la comunicación pueda hacer frente a los nuevos desafíos”*.

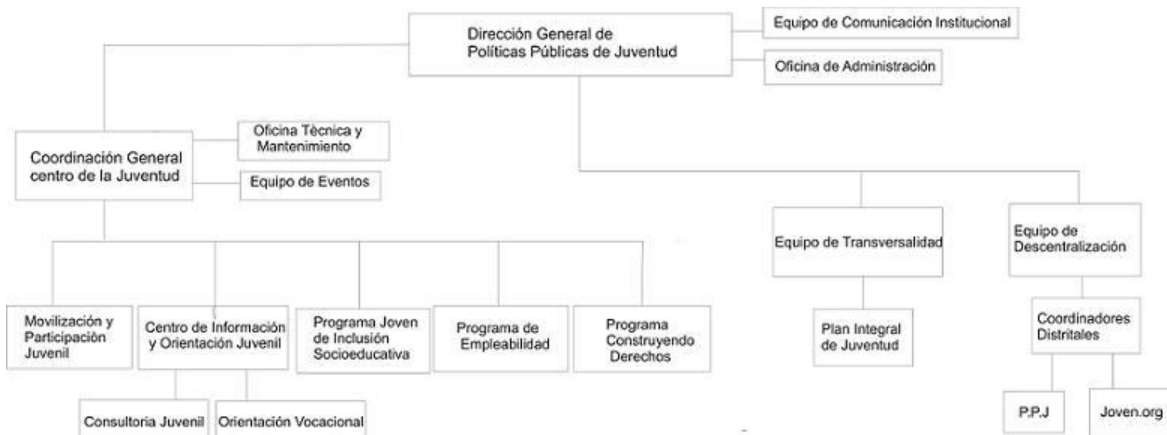


Imagen 11. Organigrama de la DPPJ. Año 2012

En los primeros archivos del Área de Comunicación de la DPPJ pudimos rescatar los primeros objetivos que se propuso el equipo: “Generar una estrategia comunicacional; definir una identidad, con una imagen institucional, juvenil y dinámica; jerarquizar y visibilizar el Galpón Centro de la Juventud; promover y generar acciones de comunicación masivas; fortalecer el trabajo coordinado y en equipo con otras áreas de comunicación municipales; favorecer y fortalecer el proceso de comunicación entre la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes, los distintos actores de la sociedad y las juventudes desde una perspectiva integral e integrada; atender a las particularidades comunicacionales de cada uno de los programas que integran el Centro de la Juventud; favorecer la difusión de las actividades programadas y elaborar estrategias de comunicación según cada programa y cada actividad, establecer, fortalecer y ampliar los contactos con los medios de comunicación masiva de la ciudad; difundir las actividades de la Dirección de manera que puedan participar de ellas la mayor cantidad posible de jóvenes, adaptando los discursos y asegurando las vías de comunicación y utilizando todos los interlocutores; elaborar y editar material de difusión con diseños juveniles, apelando a diversos recursos en distintos medios y soportes”. (Dirección de Políticas Públicas de Juventudes, 2012)

Vanina Rial hizo hincapié en que el Equipo de Comunicación buscaba planificar estratégicamente las acciones comunicacionales de acuerdo a la agenda anual de la DPPJ en

relación directa con la oficina de Comunicación Social de la Secretaría de Promoción Social y la Dirección de Comunicación Municipal. Y manifestó que para llevar adelante los objetivos planteados *“nos propusimos tres ejes de trabajo que nos posibilitaron organizar las tareas diarias y a largo plazo como equipo, Comunicación e imagen, Comunicación y prensa, Comunicación y programación”*.

Según lo conversado con Rial el Área de Comunicación comenzó en ese momento un largo proceso de conformación. El equipo debió crear una identidad dentro de la misma institución. Respecto a esto, Jimena Fossa, integrante del equipo en ese entonces se refirió a este momento: *“Eran nuestros propios compañeros, y otros trabajadores del municipio los que no sabían bien qué hacíamos; o pensaban que seguíamos cumpliendo las funciones del Centro de Información pero en otra oficina. Fue un verdadero desafío comunicacional, propio de nuestro campo, había que comunicar adecuadamente y lo más rápido posible”*. Y en este marco hizo especial mención a un evento que *“nos terminó de coronar como equipo de trabajo”*. Fossa se refiere a la presentación de la DPPJ del 4 de mayo de 2012.

En este contexto se comenzó a trabajar en la imagen e identidad de la institución. Desde la comunicación visual se dio inicio a trabajos de diseño con mayores criterios; y es a partir del 2014, según el archivo de piezas comunicacionales, tanto impresas como publicadas en redes, que se observa una correspondencia más sólida entre lo que sugiere el Manual de Identidad Gráfica del municipio, lo que como institución se necesitaba comunicar, y la impronta juvenil que era necesario adoptar.

Al igual que presentamos en el capítulo anterior, nos interesa hacer aquí una selección de piezas comunicacionales⁷ del período 2012-2015; período en el cual se trabajó en la imagen e identidad de la institución; por lo que exponemos dichas piezas como una muestra de mencionado proceso. Hacemos hincapié en las piezas comunicacionales del año 2015 porque consideramos que es el año cuando la identidad gráfica tomó mayor fuerza y los recursos utilizados para construir esa imagen se consolidaron, pudiendo utilizarlos en la mayoría de piezas gráficas y objetos corpóreos que realizó la institución, a pesar de las dificultades de presupuesto. Son justamente esos recursos los que proponemos utilizar en la web institucional para generar correspondencia con la identidad institucional.

⁷ Las piezas gráficas expuestas han sido editadas para esta presentación por lo que no respetan el tamaño original.

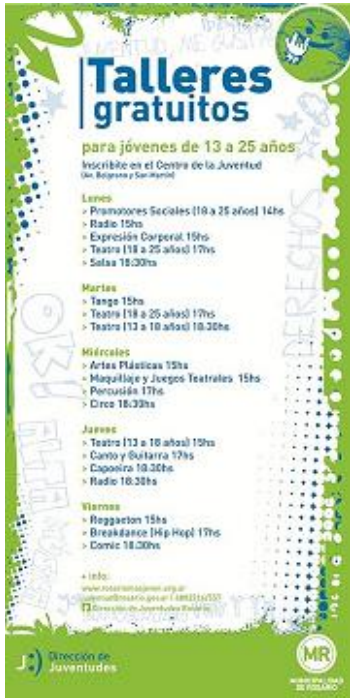


Imagen 12. Volante de Talleres del Galpón. Año 2012

Volante de difusión de los talleres del Galpón realizado a dos colores en formato vertical. Según registro esta pieza fue diseñada para ser impresa.



Imagen 13. Volante Presupuesto Participativo Joven. Año 2013

Volante de convocatoria a las primeras instancias del Presupuesto Participativo Joven, realizado a una tinta y en formato vertical. Según registro se diseñó para ser impreso.

Entre estas dos piezas de años consecutivos podemos observar una clara correspondencia en cuanto al formato, la tipografía, las tramas, ornamentos gráficos utilizados y logos.

Es a partir del año 2012, con la creación de la DPPJ, que el Área de Comunicación incorpora a su equipo un diseñador gráfico para comenzar a trabajar en la identidad gráfica.

Vanina Rial, coordinadora del equipo, también se refirió a esta decisión: *“Recibíamos pedidos de volantes y afiches en todo momento, y de diferentes equipos, y cada pieza salía como podía. Era necesario trazar criterios, unificar la imagen, sino iba a ser muy difícil generar identidad”*.

Posteriormente, a finales de 2013 y principios de 2014 por decisión de las autoridades de la Dirección cambia la coordinación del equipo y el diseñador; estableciéndose nuevos criterios para la comunicación de la Institución..

Una de las cuestiones que planteó la nueva coordinación en relación a la comunicación visual fue la necesidad de respetar que las piezas gráficas cumplen distintas funciones y por ende, deben responder comunicacional y gráficamente a la función específica que demanda cada soporte y medio de publicación. Mencionamos esto, ya que los años anteriores se utilizaba una única pieza para ser utilizada por ejemplo, como volante impreso, afiche y volante digital, haciendo un uso inapropiado del material gráfico.

Según el registro de las piezas realizadas en el 2014 se puede observar la utilización del color naranja como color protagonista. Esto responde, según la entrevista realizada a Maite Dujovne, diseñadora gráfica de ese momento, a una sugerencia de la coordinación: *“Era necesario investigar qué recursos gráficos utilizaríamos para generar identidad gráfica, pero también era necesario atenerse con los lineamientos de Comunicación más generales del municipio, entonces el color naranja y el uso de tipografía DIN fueron los primeros recursos que garantizaban esto”*.



Imagen 14. Volante 1º Muestra de Talleres. Año 2014

Volante que se diseñó a dos tintas y en formato horizontal para ser impreso y convocar a la Primera Muestra de Talleres del Galpón Centro de la Juventud



Imagen 15. Volante 1º Maratón Rosario Más Joven. Año 2014

Volante digital para Facebook para convocar a la Primera Maratón Rosario Más Joven en el marco de Septiembre Joven 2014.

En estas piezas se puede observar la utilización del color naranja y el uso de distintos ornamentos gráficos. Con respecto a esto Dujovne explicó que “*en un primer momento debí tomar algunos recursos que utilizaban desde la Dirección General de Comunicación y a partir de eso ir adaptando esos recursos a nuestras necesidades y obviamente a una estética juvenil. Fue así que comenzamos a utilizar los contenedores y una readaptación del isologotipo, y de esta manera tener la posibilidad de utilizar algunos elementos gráficos de cartelería ya existentes. Es decir fue un momento de rediseño e investigación, sin todavía conseguir una identidad nueva*”.

En el 2015 la identidad de la DPPJ comienza a consolidarse, siendo posible identificar gran correspondencia en las diversas piezas comunicacionales.

A continuación se presenta una selección de piezas gráficas, ilustraciones para redes sociales, cartelería y piezas de merchandising a modo de muestra para poder observar los diversos elementos que Dujovne enumeró como constructores de una identidad gráfica: *“Hay recursos gráficos que ayudan a crear una identidad, pero no por eso es necesario utilizarlos a todos juntos en una pieza; por el contrario, según el diseño a veces es necesario utilizar algunos recursos y otros aportarán más para otro tipo de pieza. En la Dirección muchas veces necesitamos hacer impresiones en blanco y negro, y en ese caso por ejemplo las tramas aportaron bastante, ya que nos permitía darle dinamismo a un volante que no podía tener color, por lo cual presentaba ciertas limitaciones. Y así cada pieza se fue integrando a la identidad con el aporte de la tipografía, el formato, la paleta de colores, que este año es naranja, verde y violeta, los contenedores, las tramas, los ornamentos gráficos, el ícono y el hashtag #RosarioMásJoven”.*



Imagen 16. Diseño Septiembre Joven. Año 2015

Imagen digital para Facebook para ilustrar la convocatoria a Septiembre Joven 2015.



Imagen 17. Volante Las Flores Septiembre Joven. Año 2015

Volante a color en formato horizontal para ser impreso y convocar a actividades del Centro

de Convivencia Barrial Las Flores en el marco de Septiembre Joven 2015.



Imagen 18. Imagen ilustrativa Taller de Teatro Negro. Año 2015

Diseño para ilustrar en Facebook la información sobre los talleres del Galpón Centro de la Juventud, en este caso Teatro Negro.



Imagen 19. Imagen ilustrativa Taller de Breakdance. Año 2015

Diseño para ilustrar en Facebook la información sobre los talleres de distintos barrios, en este caso Breakdance en el Distrito Noroeste.



Imagen 20. Volante Galponeando de Invierno. Año 2015

Este volante de formato horizontal fue impreso a dos tintas y se realizó para convocar a las actividades del evento *Galponeando en Vacaciones de Invierno*.



Imagen 21. Volante Primera Muestra de Talleres. Año 2015

Este volante de formato horizontal y a dos tintas se diseñó para ser impreso y hacer convocatoria a la Primera Muestra de talleres.



Imagen 22. Portada de Facebook y Twitter. Año 2015

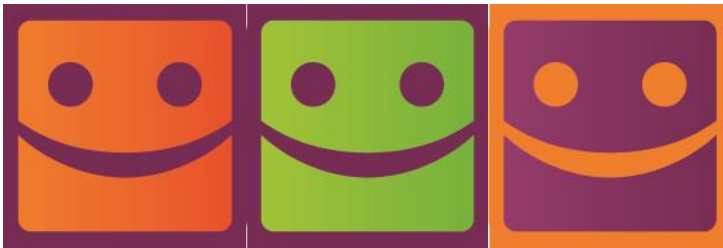


Imagen 23, 24 y 25. Diseños para calcomanías. Año 2015



Imagen 26, 27 y 28. Diseños para calcomanías. Año 2015



Imagen 29 y 30. Diseños para calcomanías. Año 2015.



Imagen 31. Diseños de remeras institucionales. Año 2015.



Imagen 32. PPJ Afiche Proyectos. Año 2015



Imagen 33. PPJ Revista de Proyectos. Año 2015.



Imagen 34. PPJ Diseño para calcomanía. Año 2015.

Esta muestra de imágenes da cuenta de los recursos gráficos implementados para las distintas aplicaciones.

Podemos observar que cada pieza está conformada por dos o más de estos elementos gráficos.

Los colores utilizados responden a un criterio; al cual Dujovne se refirió de la siguiente manera: *“El naranja tiene que ver con una necesidad de respetar el manual de marca del municipio, ya que la Dirección es una dependencia del mismo. Y el violeta y el verde son los colores que se eligieron para combinar con el naranja este año porque son vibrantes y unisex.”*

La tipografía que se observa, al igual que en piezas anteriores, es la DIN en sus distintas variantes. Cabe destacar que este año se recurre sólo a unas pocas variantes, priorizando una lectura más accesible.

Las piezas que se diseñaron para eventos y proyectos específicos como Septiembre Joven y Presupuesto Participativo Joven incorporan nuevas figuras que consiguen aportar originalidad sin desvincularse de la identidad gráfica de la institución.

La utilización del hashtag #RosarioMásJoven y el ícono que representa el isologotipo de la Dirección se observan como uno de los recursos gráficos más frecuentes en las piezas. Así mismo advertimos que el isologotipo de la DPPJ no es utilizado en todas las piezas sino que se tiende a unificar mediante la utilización del isologotipo de la Municipalidad de Rosario.

Todos estos recursos gráficos que constituyen a la identidad gráfica de la institución son los que utilizamos para diseñar la web institucional que proponemos.

2.2.1.2 Acerca de los actores

“Con la creación del Área de Comunicación nos interesaba que todas las acciones de la Dirección lleguen a la mayor cantidad de jóvenes posibles. Sabíamos que no era sencillo, dado que la institución y el municipio en general desarrolla actividades en todos los barrios de la ciudad”, así se refiere Ma. Laura Capilla cuando se le pregunta sobre los destinatarios de las acciones que comenzó a delinear el Área de Comunicación.

Podemos indicar que son las “juventudes” el principal destinatario, porque son para ellas que están destinadas las políticas de la Dirección. Pero además existen otros actores implicados en las tareas diarias, como nombramos anteriormente; incluso los mismos trabajadores de la Dirección.

En las publicaciones de las autoridades de la institución, identificamos un interés en contraponer la idea de “juventud” a la de “juventudes”; concepto que desarrollamos anteriormente y que la institución toma como visión desde hace algunos años, haciendo hincapié en la heterogeneidad y en la construcción histórica social de este sector de la población.

Si bien las juventudes son los “destinatarios por excelencia”, a raíz de nuestra experiencia podemos decir que es una institución estatal que incorpora a otros actores como destinatarios o como actores clave por entenderlos como ciudadanos que tienen estrecha relación con las juventudes de Rosario, y que cooperan en su desarrollo.

2.2.1.3 La Dirección de Políticas Públicas de Juventudes en el ciberespacio

En la entrevista con Vanina Rial, la ex-coordinadora se refirió al momento en que se comenzaron a utilizar las redes sociales en la institución: *“Por las chicas del CIOJ ya en el 2008 empezamos a tener conocimiento de cómo las TIC podían aportar al desarrollo de la comunicación en organizaciones e instituciones. Además, teníamos contacto permanente con jóvenes que se acercaban al Centro de la Juventud y empezamos a observar que hacían un gran uso de las redes sociales, principalmente Fotolog y Facebook. Y ahí arrancamos ya con*

algunas herramientas”. Se refiere a la creación del perfil⁸ en Facebook y luego el Twitter. Y agrega: *“Con los recursos que teníamos tratamos de sostenerlos; pero el tema del Twitter que requiere tanta actualización constante se nos complicaba, por cuestiones de tiempo y funciones. Después también se creó un blog, que se hizo en el marco de un programa que estaba en ese momento, Plan Integral, así que venía a responder a una necesidad concreta de dar respuesta a través de estos nuevos medios a los jóvenes sobre los escenarios nocturnos”*. Como bien mencionó Vanina Rial, Facebook y Twitter fueron las primeras experiencias que la institución transitó en relación a redes sociales.

En relación a esto un informante clave aportó lo siguiente: *“Fue un momento raro para indagar en las redes porque en el CIOJ había una sola compu, así que el Twitter quedó un poco relegado. Pero el Facebook crecía mucho. Y así tuvimos que aprender a subir imágenes en determinadas medidas, seleccionar qué imágenes convenían subir, desde la oficina de comunicación de la General viendo este movimiento de las redes en las áreas municipales organizaron reuniones para establecer criterios. Por ejemplo la utilización de las mayúsculas no era poca cosa, que haya un administrador que responda en buenos términos siempre, tampoco. En ese entonces también nos sugirieron que cambiemos el perfil de face a una página, cosas así. Detalles que hubo que pulir”*.

Así podemos observar que el Área de Comunicación comienza, con sus antecedentes en el CIOJ, un largo proceso de digitalización de la información y utilización de las redes para interactuar con las juventudes; que a su vez, posteriormente, dicho proceso se somete a una revisión y actualización que se corresponde más a una estrategia de *“hacer enlaces cruzados”* para generar *“volumen de comunicación”*, según explica Diego Wacker, el actual coordinador del área, en relación al uso que hacen los gobiernos de las plataformas digitales. A partir del análisis del archivo digital de la institución y los datos recopilados en las entrevistas, desarrollamos cronológicamente el proceso de digitalización de la Institución:

⁸ Representa la identidad virtual del usuario (datos personales, preferencias, foto, lugar de residencia, etc.)

Facebook y Twitter: Pruebas piloto

Facebook⁹

Período 2008 / 2011. Desde el Centro de Información y Orientación Juvenil se crea el perfil de Facebook: *Centro de la Juventud Rosario*. Se utilizaba principalmente para publicar piezas gráficas de las actividades y de esta manera comunicar acciones como talleres, cursos, eventos especiales, etc., y para responder consultas, entre otras. También se compartía el registro fotográfico de las actividades y propuestas para jóvenes de otras áreas municipales que el equipo consideraba relevantes para las juventudes.

Año 2012. Desde el Área de Comunicación se toma la decisión, en el marco de las nuevas funciones del equipo, de actualizar el perfil de Facebook. *“Necesitábamos establecer nuevos criterios para publicar contenido. En ese entonces la institución estaba cambiando gran parte de su estructura, y había que comunicarlo. ¿Qué mejor manera de hacerlo que actualizando las redes?”*; Vanina Rial se refiere al cambio institucional que se produjo con la creación de la DPPJ y todas las modificaciones que la nueva gestión puso en marcha.

Año 2013. Desde el Área de Comunicación, propuesta por la nueva coordinación del equipo, se busca una actualización más amplia que incluya otras plataformas para que actúen sinérgicamente. Diego Wacker, coordinador del Área de Comunicación, explicó en concordancia con esto que cada red tiene *“su espacio de profundización (...) cada una tiene su especificidad. Entonces consideré que era necesario ramificar”*.

El perfil de Facebook se mantuvo hasta principios de 2014, cuando en el marco de esta actualización, se “mudó” el perfil a una página de Facebook, para corresponderse mejor a la estrategia de comunicación municipal, aportando una identidad más institucional. Hoy se encuentra como *Dirección de Juventudes Rosario*.

⁹ Se trata de una red social líder que conecta a nivel mundial a personas, instituciones, organizaciones, etc; a través de la creación de perfiles o páginas. Además ofrece la posibilidad de compartir imágenes, textos y archivos multimedia, crear grupos y eventos.



Imagen 35. Captura de pantalla de Facebook. Año 2015

Twitter¹⁰

Año 2009. Desde el CIOJ se crea la cuenta en Twitter: *@juventudrosario*. Como mencionamos anteriormente, en ese momento no tuvo un desarrollo apropiado, que “explote” al máximo las potencialidades de dicha red.

Año 2013. Como parte del plan de actualización digital propuesto por el Área de Comunicación, la cuenta comenzó a utilizarse nuevamente; principalmente para comunicar acciones de la institución en el acto.

Diego Wacker se refirió así al respecto: *“A nivel gobierno los discursos funcionan como en diversas esferas. Twitter si bien los jóvenes lo usan mucho, los funcionarios también laburan mucho en Twitter y tal vez menos desde otro lado, entonces se van generando como ecosistemas de reenvíos y reenvíos de mensajes”*.

Año 2014. El equipo del PPJ decide hacer uso de Twitter valiéndose de los “hashtag”: *#EstamosAcá*, *#RosarioMásJoven* y *#PPJoven*, para las distintas instancias de trabajo que desarrollan a lo largo del año. De esta manera, Luis Gallardo, coordinador técnico del

¹⁰ Es un servicio de microblogging que permite publicar textos de hasta 140 caracteres y archivos multimedia. A su vez permite que cada usuario tenga “seguidores” y pueda “seguir” a otros usuarios de esta red. Esta aplicación popularizó el uso del “hashtag” como una etiqueta de metadatos para agrupar información según temas, palabras, etc. Una de sus mayores utilidades es la publicación de contenido en el acto.

proyecto, explica que es una herramienta que utilizan mucho desde el equipo por el uso que hacen de ella las y los jóvenes: *“Lo incluimos dentro de la acreditación del Foro para que los jóvenes que tienen Twitter o generalmente lo usan puedan estar publicando desde sus cuentas, y los que no tenían publicaban desde las cuentas de los integrantes del equipo o desde la cuenta de la Dirección. Esas publicaciones se iban viendo en el momento porque las proyectábamos en una pantalla. Tiene que ver con utilizar esta herramienta que para los jóvenes es mucho más cercana y cotidiana, tiene que ver con las redes sociales y la influencia que tienen y cómo los jóvenes las explotan, aunque existen ámbitos donde todavía no esté tan explotado”*. Así se refirió también a cómo se relaciona el uso de estas plataformas con la accesibilidad de parte de los jóvenes: *“Los jóvenes lo tomaron, eso es innegable, por las publicaciones que iban surgiendo y porque en todos los Foros el hashtag¹¹ #PPJoven fue trending topic¹²; entonces eso habla de que por lo menos esas mañanas se estuvo hablando de lo que sucedía acá. Está bueno también que otras personas de la ciudad se estén enterando. Obviamente habría que garantizar el acceso a todos los jóvenes a este tipo de tecnologías, porque que no hagan uso de la herramienta para mí tiene que ver con una cuestión de accesibilidad”*.

Gallardo explicó también la preferencia por esta red: *“Consideramos interesante poder comunicar los fines de la Dirección y del PPJ a partir de esta herramienta, lo mismo con el Facebook, pero el Twitter nos pareció que era más directo y mucho más concreto a la hora de publicar, se podía visualizar en el momento, incluso contamos en los Foros con algunas páginas que nos daban la posibilidad de ver las publicaciones de los jóvenes y que ellos pudiesen estar viendo lo que estaban publicando otros, y de esta manera compartir con los demás la experiencia”*.

Dado la particularidad de instantaneidad de esta plataforma, la misma se utiliza desde el Área de Comunicación para difundir acciones de la institución que se están llevando a cabo en el momento, con mensajes concisos que suelen desarrollarse con mayor profundidad en otras plataformas a las que se llega a través de links¹³ que se “tuitean”.

¹¹ Concatenación de palabras precedida de una almohadilla o signo numeral que permite clasificar publicaciones según temas específicos.

¹² Tema popular en un momento determinado debido a la cantidad de publicaciones referidas al mismo utilizando un hashtag específico en Twitter.

¹³ Enlace que permite redireccionar desde un sitio web a otro o tener acceso a documentos y contenido multimedia.



Imagen 36. Captura de pantalla de Twitter. Año 2015

Blog¹⁴

Año 2009. El Equipo del CIOJ crea el Blog: www.rosariomasjoven.org.ar respondiendo a una necesidad concreta del Plan Integral Rosario.

Según material institucional, dicho Plan se enmarcaba en la diversidad como una idea fundamental para el óptimo convivir ciudadano, y comprendía varios ejes, uno de los cuales proponía un conjunto de propuestas jóvenes para la utilización y disfrute de los escenarios nocturnos de la ciudad, que se llamó *Rosario Más Joven*. Esta acción apuntaba a que la noche rosarina les ofrezca a las juventudes diversidad de espacios para la diversión y el encuentro, facilitando una movilidad urbana segura, flexible y amigable. Y en este marco el blog se pensaba como herramienta donde centralizar toda la información al respecto destinada a jóvenes, por ejemplo, bares y pubs habilitados.

Es por esto que el blog en sus orígenes no fue planificado como un blog o página institucional, sino que venía a responder a corto plazo a una acción de un proyecto en particular en base al cual adoptó el nombre, la estética y gran parte del contenido.

Vanina Rial se refirió a esta acción: *“La creación del blog nos llegó de un momento a otro.*

¹⁴ También conocido como weblog o bitácora. Es un sitio web donde se puede publicar información de manera cronológica mostrándose siempre en primer lugar la última publicación.

Fue muy a corto plazo. No hubo demasiado tiempo para planificar porque había que presentarlo, entonces se crearon secciones que después no se pudieron sostener.”

Año 2013. El Plan Integral ya no se encontraba vigente pero el blog continuó funcionando, con respecto a este tema Jimena Fossa expuso: *“En el marco de la actualización que había puesto en marcha el equipo de Comunicación, se tomó la decisión de mantener actualizada únicamente la sección “Noticias” que es la que ocupa la mayor parte del cuerpo del blog y se utilizó principalmente para publicar el contenido que requería mayor extensión y poder de esta manera linkearlo en Facebook y Twitter.”*

De esta manera y a partir de recorrer el blog se observa que han quedado obsoletas la mayor parte de las secciones, como así también, la identidad y estética que no se corresponden con la de la DPPJ.

Diego Wacker se refirió a la actualidad del blog: *“Uno podría decir que Blog ya es algo caduco. No es tan masivo, casi se dejó de usar. Para mí tarde o temprano el blog se va a terminar cerrando porque tiene muchas limitaciones, es una tecnología que depende de un proveedor externo, genera un gasto, y lejos está de ser una web. La política municipal siempre fue de concentrar plataformas, o por lo menos los discursos más importantes se concentran en www.rosario.gov.ar y ahora en www.rosarionoticias.gov.ar también. Creo que el Facebook termina reemplazando al Blog. Si el Blog está todavía activo es porque nos ayuda a publicar grandes contenidos para gente que le gusta leer mucho más que lo que se puede leer en otro lado”.*



Imagen 37. Captura de pantalla de Blog. Año 2015

Youtube¹⁵

Año 2010. El equipo del CIOJ crea un canal en la plataforma Youtube, que se llamó: *Rosario Más Joven*; y fue también una acción que se llevó a cabo en el marco del Plan Integral Rosario, ya que debían publicarse videos como parte de la información que debía compartirse con respecto a los *escenarios nocturnos*.

Esta herramienta se sostuvo para publicar algunos videos realizados por jóvenes y otras áreas municipales.

Año 2012. En los registros de la plataforma pudimos observar que el canal comienza a tener publicaciones de videos con mayor periodicidad, y que los mismos son producciones realizadas por los propios jóvenes en el marco de actividades planteadas por los equipos de la DPPJ. “*El audiovisual llegaba como un lenguaje que habilitaba nuevos modos de contar y queríamos que esto se pueda compartir*”; nos cuenta Julián Sansarriq, uno de los integrantes del equipo *Hacete la película* desde donde actualmente se realizan producciones audiovisuales con jóvenes.

Año 2013. En el marco de la actualización del Área de Comunicación se establecen nuevos criterios para la información que acompaña las publicaciones y se define que el material publicado se compartirá en Facebook y Twitter a través de enlaces.

¹⁵ Red social de publicación gratuita de videos.

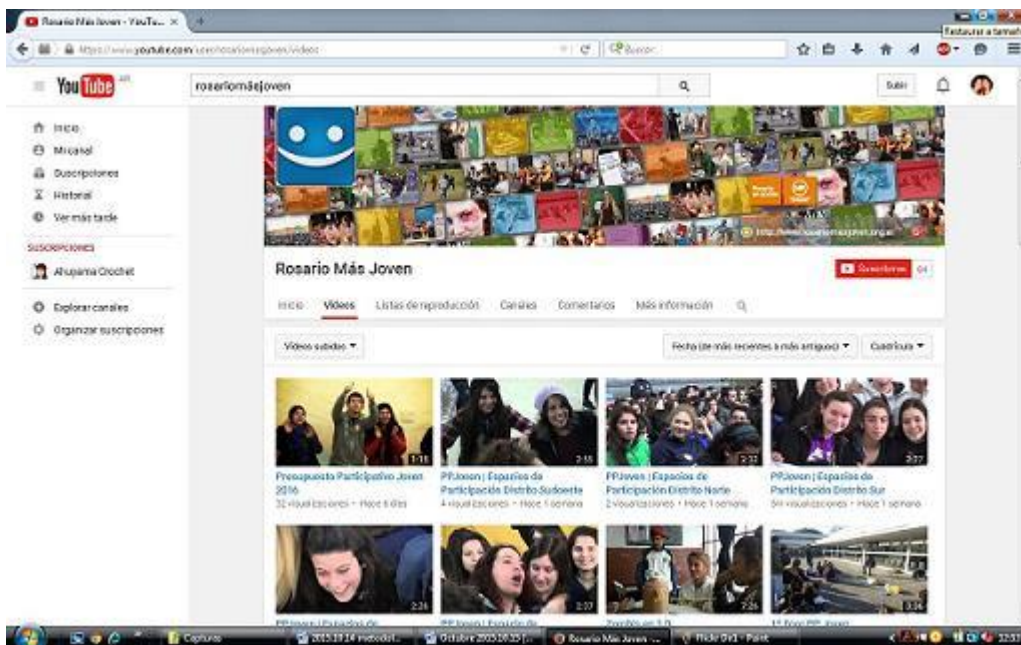


Imagen 38. Captura de pantalla de Youtube. Año 2015

Flickr¹⁶

Año 2010. Vanina Rial se refiere a la creación de la cuenta en Flickr del CIOJ de esta manera: *“En el 2010 sabíamos que comenzaban a utilizarse estas plataformas para compartir contenido específico, en este caso imágenes, y nosotros probamos, pero no tuvo demasiado uso y quedó sin efecto para el área.”*

Año 2014. El Área de Comunicación decide crear otra cuenta en esta plataforma: *Dirección de Juventudes*, con el fin de generar otro espacio de almacenamiento para imágenes.

Diego Wacker en relación a Flickr comenta: *“Esta plataforma también formó parte de la actualización de principios de 2014. Este sitio nos permite almacenar las imágenes para posteriormente compartirlas en nuestras redes”* y agregó: *“Sucedió y sucede que generalmente en las actividades que realizamos hacemos registro de muchos jóvenes que después buscan sus fotos en nuestras redes y como en Facebook solamente pretendemos publicar algunas imágenes ilustrativas de las actividades que realiza la institución, Flickr nos pareció una herramienta óptima para almacenar allí la totalidad de las imágenes, y además nos permite linkearla desde otras redes”*.

Después de analizar el contenido de dicha plataforma es posible observar un verdadero

¹⁶ Plataforma de publicación e intercambio de imágenes y fotografías muy popular por su capacidad de almacenamiento y la posibilidad de etiquetar y comentar publicaciones de otros usuarios.

reservorio de imágenes organizadas en álbumes que son ilustrativas de todas las acciones de la DPPJ y pueden dar cuenta de la diversidad de acciones como de la heterogeneidad de juventudes que se encuentra en cada espacio de la ciudad en donde la Dirección interviene.



Imagen 39. Captura de pantalla de Flickr. Año 2015

2.2.1.4 La Municipalidad de Rosario y el espacio virtual

La Municipalidad cuenta con diversas páginas web, algunas de las plataformas que fueron tenidas en cuenta para este análisis son: www.rosario.gob.ar; www.rosarionoticias.gob.ar y www.rosariocultura.gov.ar.

En análisis de los portales del municipio nos posibilita inferir que la Municipalidad incorpora las nuevas tecnologías con el fin de mejorar la calidad de vida del ciudadano acercándole un conjunto de servicios y trámites on-line, en el marco de las políticas de los Gobiernos Electrónicos. En relación a esto, el municipio tiene el proyecto *Rosario Ciudad Digital* que “se basa en un modelo de gestión particular y distintivo, que lleva el estandarte de democratizar el acceso a la información; de promover y estimular el desarrollo social, económico y educativo; de mejorar la calidad de los servicios públicos,

de mejorar el crecimiento de las áreas comprometidas con un alcance a toda la población en su conjunto”¹⁷.

El proyecto *Rosario Ciudad Digital* que se encuentra publicado en la web municipal www.rosario.gob.ar, se propone algunos de los objetivos que se describen a continuación: “Favorecer un nuevo marco de relaciones entre los ciudadanos y los servicios, democratizar el acceso a la información, y para ello incluir a los sectores que hoy no tienen acceso a la tecnología, ofreciéndoles servicios de formación, capacitación y educación que permitan su desempeño en la Sociedad de la Información e integrando escuelas e instituciones de la ciudad para contribuir al mejoramiento de la calidad educativa, proveer una infraestructura que permita mejorar la calidad de los servicios públicos, etc”.¹⁸

A nivel general estos objetivos que aporta el estado municipal atraviesan los objetivos propuestos en este trabajo de innovación en la Comunicación Digital de la DPPJ. En este sentido consideramos importante mencionar el proyecto que la Municipalidad de Rosario puso en funcionamiento en el año 2013 en el marco de una estrategia de inclusión social digital. Refiriéndose a esta acción, Ma. Laura Capilla, dice lo siguiente: *“La Municipalidad de Rosario se propuso implementar seis Centros Municipales de Inclusión Digital, uno en cada distrito. Hoy en día se concretaron dos, Punto Digital Oeste y Punto Digital Noroeste. Se trata de espacios multimediales de inclusión social gratuita que promueven la reducción de la brecha digital mediante un mayor acceso y uso de las TIC en niños y en jóvenes; una propuesta de inclusión social a través de la experimentación y el desarrollo de proyectos digitales”*. Además agregó que estos centros se concibieron como lugares para *“multiplicar oportunidades a partir de nuevas formas de comunicación y colaboración”*, a través de dispositivos, herramientas y lenguajes *“que habiliten recorridos y usos diversos, propuestas coordinadas y horarios para el acceso libre”*.

También en relación a esta iniciativa, Capilla explicó que principalmente la DPPJ trabaja de manera articulada con el Punto Digital Oeste, ya que *“el del Noroeste es más reciente y estamos planificando algunas cuestiones. Este espacio es un verdadero lugar de encuentro que se convierte en un laboratorio de capacitación y experimentación para producciones juveniles. Desde el estado garantizar el acceso a este tipo de experiencias nos parece*

¹⁷ <http://tinyurl.com/opfubxw>

¹⁸ Idem

fundamental. Cada sala está diseñada en forma lúdica e interactiva con equipamiento de alta calidad”.

Siguiendo esta línea de implementación de las nuevas tecnologías en políticas estatales del Gobierno Local, y en el marco de un plan de digitalización de la información que favorezca la relación de los ciudadanos con el municipio, entendiendo el recorrido realizado en relación a las TIC, en un primer momento desde el Centro de la Juventud, luego como Dirección de Juventudes, y observando que en la actualidad existen múltiples plataformas que administra el Área de Comunicación, desde las cuales se interactúa, se comparte información, es que planteamos que la creación de una web institucional favorece a la comunicación digital de la DPPJ; como una acción consecuente con un plan de actualización que se viene desarrollando desde 2013.

3. Hacia una web de la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes

A partir de los nuevos desafíos que representó para el Área de Comunicación la nueva gestión de la DPPJ, y la propuesta de la nueva coordinación del Área de un plan de comunicación digital actualizando las plataformas existentes y sumando otras; después de analizar todos los datos obtenidos en entrevistas, registros y material institucional; basándonos en el objetivo de la DPPJ de garantizar el acceso a la información de las juventudes de Rosario y entendiendo la apropiación que hacen las y los jóvenes del espacio virtual y la potencialidad de las TIC, es que consideramos que el diseño de una Web Institucional es una propuesta innovadora para el Área de Comunicación y por consiguiente para la DPPJ.

Entendemos que esta nueva plataforma aporta a la configuración de nuevos discursos, promoviendo el desarrollo de contenido de valor, favoreciendo el acceso a información institucional a las juventudes y a la ciudadanía en general; utilizando una identidad y lenguaje juvenil que favorezca una comunicación interactiva.

La web institucional permite que las redes y plataformas ya existentes actúen sinérgicamente, enriqueciéndose mutuamente, generando “*enlaces cruzados*” y “*volumen de comunicación*” como explicó Diego Wacker, el coordinador de Comunicación, quien en

el desarrollo de la entrevista también se refirió a este tema: *“La web podría ser un recurso siempre y cuando las posibilidades que te ofrezcan los desarrollos por venir sean superiores a lo que te ofrece por ejemplo Facebook, que es estándar, porque no nos olvidemos que Facebook sigue siendo de desarrollo externo, y los desarrollos web son de quien los hace. Una página web es un desarrollo autónomo, y eso te deja mucho margen para hacer lo que vos quieras. Son dos cosas distintas, uno está formalizado, tiene sus espacios, la manera de interactuar, lo que podés colgar, etc. Lo otro lo podés hacer de acuerdo a tus necesidades y necesidades políticas de la propia organización que lo quiere hacer y el control es total y además los podés integrar también.”*

La institución promueve distintas actividades en las que se genera contenido de valor muy diverso, el cual puede ser publicado y compartido en el espacio virtual a fin de favorecer canales de comunicación y colaboración.

A raíz de esto, trabajadoras y trabajadores de la DPPJ manifiestan una clara necesidad de un espacio donde este material pueda ser compartido, difundiendo las producciones de cada uno de los espacios; principalmente para no detenerse solamente en convocatorias e invitaciones, sino para contar también qué es lo que sucede en cada propuesta.

En el desarrollo de la entrevista Yanina Zonni, responsable de los talleres del Galpón, relata que desde hace años tienen la necesidad, como equipo, de tener un espacio donde concentrar las producciones de los talleres: *“Por ejemplo, en los espacios de Fotografía, Cómic, Arte y Diseño y Juego, creatividad y grupo, se produce material constantemente, desde textos hasta imágenes y collages, y eso muchas veces termina archivado en un cajón, y realmente es una lástima. Incluso son publicados en las redes personales de los jóvenes, pero justamente se pierde la noción colectiva del proceso. Facebook aportó mucho en este sentido, pero no facilita la búsqueda de este tipo de contenido”*.

La web institucional de la Municipalidad de Rosario tuvo una renovación relevante en el presente año; que si bien le aportó dinamismo, mayor navegabilidad¹⁹, y una impronta visual, no contempla un lenguaje juvenil y la información que ofrece varía desde cómo separar residuos hasta cómo realizar el trámite para gestionar una licencia de conducir,

¹⁹La navegabilidad o navegabilidad web es la facilidad con la que un usuario puede desplazarse por todas las páginas que componen un sitio web. Para lograr este objetivo, un sitio web debe proporcionar un conjunto de recursos y estrategias de navegación diseñados para conseguir un resultado óptimo en la localización de la información y en la orientación para el usuario. Fuente: Wikipedia <http://tinyurl.com/nw8gofj>

como se corresponde con un portal municipal, incluso en la sección destinada a las temáticas de juventud, las distintas publicaciones son presentadas con un lenguaje formal, poco amigable para un navegante joven, por ejemplo: “Tratamiento de Adicciones”, “Becas para alumnas madres”, etc.

Una web institucional de la DPPJ es una propuesta superadora a esta problemática, porque permite difundir masivamente las acciones destinadas a las juventudes correspondiéndose a los criterios establecidos entre la Dirección y el Área de comunicación como ser: lenguaje de género, tener presente que las juventudes son heterogéneas, que la imagen se corresponda con la identidad de la Dirección, dar lugar a las “voces” y producciones juveniles, que el contenido publicado sea estrictamente de temática juvenil, entre otras. Es decir, una página web que invite y genere identificación con los usuarios.

Diego Wacker, coordinador del Área de Comunicación y responsable de este plan de actualización explicó: *“Lo que yo notaba desde mi anterior trabajo municipal y después de participar de varias reuniones con comunicadores era que había mucha anarquía en el municipio con respecto a las redes sociales, porque al estar tan al alcance de la mano, todo el mundo quería tener su propio espacio digital. En primer lugar, para poder tener potestad sobre la información, en segundo lugar, para resarcir ciertos espacios vacíos que puedan dejar las áreas centrales de comunicación con respecto a ciertos proyectos. A su vez, al llegar a una institución que trabaja con y para los jóvenes era necesario reactivarlo desde un lugar planificado”*.

En relación a la decisión de la actualización en el uso de plataformas digitales, Wacker agregó: *“Me parece que no está monopolizado el uso de una red en particular y que cada una tiene su espacio de profundización, por ejemplo Facebook tal vez lo conversacional, Twitter lo instantáneo, Flickr es la foto, LinkedIn son los curriculum, cada una tiene su especificidad. Entonces consideré que era necesario ramificar. Flickr por ejemplo podía funcionar como una especie de receptáculo de grandes cantidades de fotos. La idea de hacer enlaces cruzados generaba volumen de comunicación. Para gobiernos se usa mucho diversificar, no usar una sola red social. Yo creo que se puso en funcionamiento desde una lógica más aguerrida, cotidiana, en varios horarios, se cubrieron un montón de eventos, se publicaron fotos de todas las actividades, le dimos más funcionamiento, no sé si le dimos otra impronta, sí estamos explotando al máximo los recursos, siempre con las limitaciones que tenemos, por*

ejemplo en su momento la falta de computadoras y la falta de una cámara de fotos”.

En relación a la ausencia de una página web que reúna a dichas plataformas para que trabajen sinérgicamente y ofrezcan una instancia de información y comunicación superadora con el usuario, Wacker expresó que *“la municipalidad siempre fue un poco reacia a tener webs por fuera de rosario.gov.ar. Pero paradójicamente en los últimos quince o veinte años ha habido entre treinta y treinta y cinco páginas webs de áreas del municipio, de hospitales, de la terminal, de derechos humanos, turismo, etc. O sea que la política de centralización en realidad no se cumple, ya sea porque el director del área quiere tozudamente tener su página o ya sea para cubrir esos vacíos que mencionaba. La web de la Secretaría de Cultura es el ejemplo más evidente, lo han sabido trabajar muy bien, ellos tienen potestad sobre lo que publican, además de que tienen gran volumen de información porque tienen gran cantidad de actividades, entonces tienen una clara necesidad. Para hacer eso necesitás un equipo de muchas personas, porque si lo desactualizás perdés a tu público”.*

Cuando nos referimos a la creación de una página nos proponemos producir una web que responda a los criterios que engloban a todas las acciones de comunicación digital del municipio, o sea, que respete su manual de identidad gráfica pero que pueda distinguirse a la vez, por su estética y lenguaje joven. Una plataforma que comunique la identidad de la institución, pero basándose principalmente en una idea estandarte que las autoridades de la institución plantearon desde sus inicios en cuanto a llevar adelante políticas públicas no sólo para sino “con y desde las y los jóvenes”.

3.1 El sitio www.comunicaciontesina.wix.com/rosariomasjoven

3.1.1 Dominio²⁰:

Esta web es un prototipo que sugerimos para la innovación en la comunicación digital de la DPPJ.

²⁰ Lo que popularmente se conoce como dirección de internet.

En la propuesta de diseño del sitio trabajamos con el dominio: www.comunicaciontesina.wix.com/rosariomasjoven²¹, ya que la web se creó sobre una de las plantillas gratuitas que ofrece el servicio de gestión de contenidos Wix.

No obstante, en caso de que esta propuesta se presente formalmente a la Municipalidad de Rosario para ser implementada como web de la institución, debería llevar el dominio que actualmente se utiliza para el blog www.rosariomasjoven.gob.ar.

Es importante que ante la decisión de poner en funcionamiento este prototipo se cancele el blog www.rosariomasjoven.gob.ar y sea éste el dominio que adquiera la web.

La cancelación del blog está relacionada a un cambio de prácticas por parte de las juventudes que han adoptado otras redes y plataformas como espacios de navegación y de apropiación.

Rosario Más Joven se utiliza desde la institución como un “slogan” para referenciar muchas de las acciones que se llevan a cabo y el hashtag *#RosarioMásJoven* se aplica en las piezas gráficas y en redes sociales para etiquetar la mayoría del contenido que se publica allí, por lo que vemos en esto una ventaja a la hora de posicionar el sitio para generar tráfico hacia él.

Además consideramos que de esta manera podemos nombrar a la web de una forma acorde con el lenguaje de las juventudes, evitando utilizar el nombre de la DPPJ que consideramos que por su carga institucional puede resultar poco juvenil y convocante.



Imagen 40. Captura de pantalla del blog www.rosariomasjoven.gob.ar. Año 2015

²¹ Wix permite crear el dominio de una plantilla gratuita a partir del nombre de cuenta con las cual se ha registrado el usuario con la extensión: wix.com seguido de una barra y el nombre que el usuario elige para el sitio.



Imagen 41. Captura de pantalla de publicación en twitter. Año 2015



Imagen 42. Captura de pantalla de publicación en twitter. Año 2015

3.1.2 Evaluación de la plataforma:

Esta propuesta está basada en las posibilidades que ofrece la web 2.0, interactiva y colaborativa, orientada a un usuario activo que pueda migrar a otros sitios y redes sociales de la DPPJ.

Cuando comenzamos a desarrollar el diseño de la plataforma que debía responder al objetivo de fortalecer la identidad de la DPPJ, delineamos las funcionalidades mínimas que debía ofrecer la web a los usuarios.

La plantilla que escogimos posibilita la publicación de contenido compuesto por diferentes formatos textuales (escritura, imagen, sonido) y era conveniente contar con la facultad de

publicar información *fija* pero también compartir contenido de agenda que requiera una actualización más constante que incluso se pueda destacar del resto del contenido.

A su vez, consideramos muy significativo poder utilizar los recursos gráficos que desde el equipo de Comunicación se utilizan para generar identidad gráfica; por lo que la plantilla que escogimos debía ofrecer una gran capacidad de adaptabilidad a necesidades específicas, para poder reestructurarla y rediseñarla generando correspondencia y respetando la identidad.

La actualización del sitio debe realizarse de manera sencilla, ya que la administración del mismo estaría a cargo del Área de Comunicación, que si bien cuenta con conocimientos de manejo de las TIC, no posee saberes específicos de códigos y programación, y es necesario además que esta actualización se haga de manera asidua, ya que parte de la información del sitio es de agenda.

Otra de las cuestiones que teníamos en cuenta era la gratuidad del desarrollo aunque sea en una primera instancia, para poder hacer una prueba y evaluación de los primeros usos del sitio.

La navegabilidad también aparece como un requisito de relevancia, dado que esta web se concibe también para generar tráfico al resto de las plataformas y redes sociales de la institución; y por lo tanto, la misma debe poder garantizar un fácil y rápido acceso a la información y trabajar con enlaces a otros sitios.

Entendemos que una buena navegabilidad hace que la experiencia de las juventudes que acceden al sitio sea más dinámica y ágil y que de la misma manera, esa experiencia es enriquecedora si el sitio ofrece contenido de valor.

A su vez, la interfaz debe ser amigable y posibilitar al usuario encontrar rápidamente lo que está buscando y poder volver a alguna información de interés de manera sencilla, o sea, garantizar la usabilidad del sitio, facilidad de acceso, eficacia y rapidez.

También consideramos importante que la versión web se pueda optimizar para dispositivos móviles ampliando la accesibilidad al sitio.

3.1.3 Acerca de los sistemas de gestión de contenidos:

De esta manera comenzamos a investigar acerca de qué sistema de creación de sitios web era el más conveniente para este propósito. Surgieron dos soportes que se ajustaban a las consideraciones antes mencionadas: *WordPress* y *WiX*.

WordPress ofrece facilidades para la publicación de contenidos por ser de formato blog y como el Equipo de Comunicación administra el blog de la DPPJ desde hace tiempo, tiene conocimientos acerca de dichas prestaciones.

Aunque *WordPress* también es gratuita y ofrece plantillas o “temas” que permiten ser modificadas; presenta limitaciones para modificar códigos y funciones. Como mencionábamos anteriormente, el blog www.rosariomasjoven.gov.ar fue diseñado por un programador web en *WordPress* y la experiencia de estos años dan cuenta que ha sido muy difícil para el equipo modificar la estructura del blog según las necesidades que se iban presentando por la complejidad en la edición de la web.

A su vez *WordPress* no permite visualizar los cambios que se van generando en el sitio sin salir del panel de edición. Por último este servicio requiere de actualizaciones continuas que el usuario debe descargar.

Por su parte la plataforma *Wix* tiene una oferta muy amplia de plantillas gratuitas, con diseños muy variados y presenta facilidad para hacerlas personalizables ya que para realizar las modificaciones no es necesario hacer uso de códigos PHP ni HTML, ofreciendo un panel de administración muy accesible para quienes no poseen conocimientos sobre programación web.

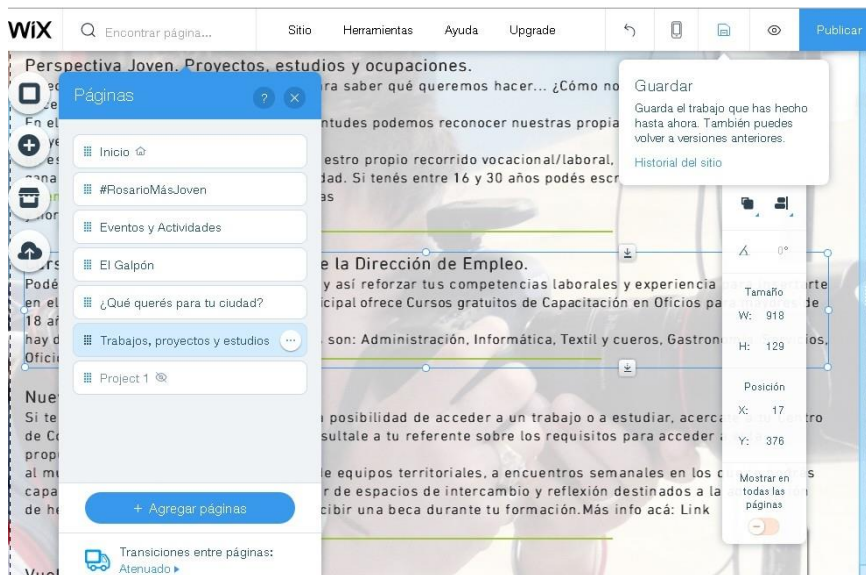


Imagen 43. Captura de pantalla de Panel de Edición de Wix

Otra de las ventajas es que las actualizaciones las realiza el mismo servicio y ante las consultas recurrentes que fueron surgiendo en la creación del sitio siempre recibimos respuestas por parte del equipo técnico.

En *Wix* es posible ir viendo cómo se está desarrollando el sitio sin salir del panel de edición. Es decir, se pueden hacer variedad de pruebas y observarlas en una vista previa sin tener necesidad de publicarlas.



Imagen 44. Captura de pantalla de Panel de Edición de Wix, opción de Vista previa

Una facilidad que experimentamos fue lo que se conoce como *drag-and-drop*, que significa arrastrar y soltar objetos con el mouse de una ventana a otra de manera muy sencilla. Esta característica simplifica mucho la incorporación de textos, imágenes y videos, pudiendo definir en el acto cuestiones de espacio y tamaño.

Esta plataforma permite el trabajo con una tipografía no predeterminada como es *DIN Next LT Pro*, lo cual es relevante dado que esta tipografía es la que se utiliza desde el equipo de Comunicación como recurso gráfico para generar identidad.

En cuanto a las limitaciones que presenta *Wix* podemos decir que puede llegar a dificultarse la visualización según el navegador utilizado. Esta limitación es importante a la hora de elegir este servicio para el diseño de una web institucional pero para el diseño del prototipo de la DPPJ no era excluyente.

El servicio *Wix* entonces se nos presenta como el sitio que ofrece mayor versatilidad para poder ser adaptado a nuestras necesidades ofreciendo facilidad de rediseño y adaptabilidad de funciones, además de presentar una interfaz, atractiva, estética y navegable.

3.1.4 Contenido: Texto e Imagen

Consideramos que la web institucional de la DPPJ debe garantizar a las juventudes de Rosario el acceso a la información, así retomamos lo expuesto por Ester Kaufman en relación a la tarea de los Gobiernos Electrónicos de "producir contenido de alto valor"; en contraposición a una noción más simplista y únicamente tecnológica del uso de las TIC, donde la propuesta de generar contenido de valor se relaciona con una experiencia superadora a "la simple informatización de las áreas del Estado".

La producción de contenido para el sitio se hace teniendo en cuenta tres premisas: producir contenido de valor; garantizar el acceso a la información a las juventudes (uno de los principales objetivos de la DPPJ); y la singularidad de esta noción de juventudes que se contrapone al concepto de juventud, postulando las diversas identidades, gustos, elecciones y recorridos que suponen las juventudes, es decir su inherente heterogeneidad.

En un primer momento decidimos agrupar la información sobre las actividades de la institución en diferentes temas; porque pudimos observar en documentos institucionales que las acciones de la DPPJ se dividen en ejes de trabajo; de esta manera el contenido podía discriminarse según: eje sociolaboral, eje sociocultural y eje socioeducativo.

Pero posteriormente, observamos que esta manera de organizar el contenido no respondía a una web con las características que mencionamos anteriormente. Es así que reformulamos la manera de publicar contenido, tomando los lineamientos de acción que las autoridades de la institución decidieron priorizar este año 2015, con algunas modificaciones considerando al usuario y las prestaciones que ofrece el servicio *Wix*. Los principales temas en los que nos basamos para generar y organizar el contenido son los que originaron los distintos *portfolios* de la plataforma que se presentan ante el usuario con una imagen, título y un breve texto explicativo.

En el diseño definimos algunos contenidos a partir de la observación de las estadísticas que arroja el blog www.rosariomasjoven.gob.ar sobre las visitas a sus distintas secciones. De este modo pudimos determinar que los porcentajes más altos se encuentran en las noticias y publicaciones sobre talleres, actividades lúdicas y cursos gratuitos. Además se tuvieron en cuenta las consultas que se realizan periódicamente al Centro de Información (personalmente y por teléfono) y las que llegan al Área de Comunicación (Facebook, correo electrónico, etc).



Imagen 45. Captura de pantalla Panel de Administración del blog. Año 2015

Últimas noticias cargadas		Noticias más vistas	
269	Convocatoria abierta a Me Traje un Corto	13351	¡Abierta la inscripción a los talleres 201...
294	#PrimaveraEnLosGalpones	5740	¡Inscripción abierta a los talleres gratui...
494	#SeptiembreJoven	5249	Cursos gratuitos de Capacitación Laboral en...
236	"Ana Frank, una historia vigente" y "D...	4752	¡Actividades Dirección de Juventudes 2014!
289	Knock out Cypher Rosario	3928	¡Muchas actividades de verano en el Galpón...
501	Convocatoria abierta a Me Traje un Corto	3758	Talleres Culturales gratuitos del Distrito C...
567	¡GALPONEANDO en vacaciones de invierno!	3426	Cursos gratuitos de Capacitación Laboral en...
5740	¡Inscripción abierta a los talleres gratui...	3407	300 Jóvenes le hacen el 'aguante' al calor
616	¡Talleres de baile para jóvenes!	2680	1º Maratón Rosario + Joven
189	Nuevos talleres de baile para jóvenes en lo...	2626	Inscripción a cursos de capacitación en of...

Imagen 46. Captura de pantalla Panel de Administración del blog. Año 2015

De acuerdo a lo expuesto decidimos dividir el contenido de la siguiente manera:

- En la interfaz de página de inicio se ubica el hashtag *#RosarioMásJoven* ocupando un lugar central y dando nombre al sitio. El hashtag es acompañado por una bajada que explica de manera breve qué contiene la web: *Encontrá qué actividades y propuestas gratuitas hay para las juventudes, para vos, en Rosario.* La intención es que el usuario tenga una primera noción sobre qué trata el sitio en la página de inicio; ya que la información se amplía haciendo clic en el hashtag.



Imagen 47. Captura de pantalla de la página de inicio

En la parte superior se ubica el menú con cinco botones que contienen enlaces a las distintas secciones de la web.

Debajo del nombre del sitio se ubican los botones que redireccionan al usuario a las redes sociales y plataformas de la DPPJ. Como mencionamos anteriormente, uno de los objetivos es generar tráfico hacia esos sitios, por lo que en la web se puede acceder a ellos desde tres ubicaciones distintas.

El hashtag *#RosarioMásJoven* es el enlace a un apartado que explica en breves líneas qué es la DPPJ. Si bien es una explicación institucional el texto está redactado acorde a un lenguaje juvenil, y allí mismo se hace un enlace a la sección del portal del municipio destinada a las juventudes.



#RosarioMásJoven

La Dirección de Políticas Públicas de Juventudes es el área de la Municipalidad de Rosario que junto a vos, que sos joven, piensa y lleva a cabo acciones para que puedas gozar de tus derechos, puedas hacer las cosas que te gustan, puedas participar y tener oportunidades y puedas encontrarte con otros y otras para hacer de esta ciudad una **#RosarioMásJoven**.



Imagen 48. Captura de pantalla de página a la que redirecciona la pantalla de inicio

En ese apartado se encuentran dos noticias de la Dirección en modo de *destacados*. Son actividades de agenda, con fechas estipuladas de inicio y cierre, que requieren convocatoria y por su carácter novedoso ocupan un lugar privilegiado dentro del sitio. Este apartado se pensó con el objetivo de poder distinguir algunas acciones que la institución requiera. El contenido de esta parte debe ser actualizado de manera constante; ya que es fundamental que el usuario se encuentre siempre con contenido actual, de lo contrario es probable que no vuelva a consultar el sitio.

Los *destacados* a los cuales el usuario accede haciendo clic en la página de inicio fueron pensados también a partir de la necesidad de promocionar más de una actividad de la DPPJ a la vez. Dado que la institución suele tener en simultáneo varias propuestas abiertas destinadas a las juventudes entendimos la necesidad de una modalidad que permita destacar durante un tiempo determinado, incluso en simultáneo, propuestas que requieren convocatoria.

Para este apartado se utiliza como título el hashtag *#DestacadosRMJ*, para que pueda utilizarse la misma etiqueta cuando se publiquen y compartan esas mismas noticias en las distintas redes sociales.

#DestacadosRMJ



Qué querés para tu barrio y tu ciudad. ¡Vos podés elegir! #PPJoven
01 Oct 2015

Elegí qué proyectos querés que se hagan en el 2016. Torneo de fútbol, clases de baile, recitales, jornadas de concientización sobre temas que te interesan, y mucho más. **Votá acá** hasta el 16/11. Durante el 2015 jóvenes de toda la ciudad se reunieron, pensaron y debatieron ideas... Esas ideas se transformaron en proyectos para cambiar el barrio y para mejorar la ciudad. Son deseos jóvenes que se pueden llevar a cabo en el 2016... Vos elegís. **Votá 6 propuestas en el distrito en que vivís.**

El PPJoven es el proyecto de la DPPJ que permite que jóvenes de escuelas y Centros de Convivencia Barrial se puedan encontrar en Espacios de Participación para pensar qué cosas les gustaría cambiar o sumar en su barrio respetando siempre las diferencias y entendiendo que las juventudes tienen múltiples gustos y preferencias. Más tarde, los mismos jóvenes se reúnen en Foros de Participación donde esas ideas que pensaron en un principio se convierten en proyectos que son evaluados por el municipio. Todos aquellos que se puedan realizar y que respeten la convivencia entre todas y todos son los proyectos que vos, en tu distrito, podés elegir.



#LasJuventudesSeMuestran
04 Nov 2015

Sábado 28/11, 18 hs. Vení al **Galpón** a ver las presentaciones de los talleres. Salsa, teatro, breakdance, cumbia, percusión, reggaetón, guitarra, fotografía, realización de cortometrajes, capoeira, ilustración y diseño, folklore, teatro negro, cómic, tango, circo, pop latino, ritmos brasileños, acrobacia y juego, creatividad y grupo.

Las y los jóvenes que estuvieron participando de los talleres del Galpón Centro de la Juventud quieren mostrarle a familiares, amigas y amigos y a otros jóvenes qué estuvieron haciendo este año. ¿Te lo vas a perder?

Imagen 49. Captura de pantalla de la página de destacados

Hay distintos modos a través de los cuales el usuario puede navegar en esta web: ingresando a las secciones que propone el menú que se encuentra en la parte superior; usando el *scroll down*, es decir ir pasando por las distintas áreas del sitio con la ayuda del mouse hacia abajo; accediendo al *clip art*, que es el botón en forma de flecha ubicado al final de cada área y en los apartados de las distintas secciones, que funciona a la vez como “ancla” para llegar a la próxima sección y para regresar a la sección anterior; y obviamente utilizando la flecha que ofrece el propio navegador para volver a algún contenido.

Priorizamos diversas maneras de navegación para garantizar que los usuarios lleguen a la información de manera rápida y colaborar con la exploración del sitio; evitando la necesidad de hacer grandes desplazamientos hacia abajo; por este motivo decidimos innecesario instalar un buscador interno como se hace convencionalmente.



Imagen 50. Captura de pantalla de *clip art*

Después de la página de inicio se encuentra la sección con la mayor cantidad de información de la web; la misma se encuentra dividida en cuatro *portfolios*, según los nombra *Wix*, que si bien es necesario actualizarlos con periodicidad, contienen datos de actividades que se sostienen en el tiempo. Estos módulos que contienen un ícono, un título y una bajada son a la vez enlaces hacia otros apartados donde se encuentra la información.



Imagen 51. Captura de pantalla de la sección de portfolios

Las cuatro divisiones que generamos para cargar el contenido son:

- "Juventud en todas direcciones": En esta sección el usuario puede encontrar todas las actividades gratuitas y de inscripción abierta que ofrece la DPPJ en toda la ciudad; principalmente propuestas que tienen que ver con lo recreativo.

Cada actividad tiene un lugar físico de referencia y esa dirección que es indicada en la web es a la vez un enlace que le permite al usuario visualizarla en un mapa de *Google Maps*²², el servidor de aplicaciones de mapas que pertenece a *Google*, un recurso que responde a la incorporación de la georreferenciación en los diversos sitios y que es muy útil para el usuario. Además también se generó un hipervínculo para cada institución que tiene un sitio web.

²² <https://www.google.com/maps>



Imagen 52. Captura de pantalla de la página *Juventud en todas direcciones*



Imagen 53. Captura de pantalla de uno de los mapas a los cuales redirecciona el sitio



Imagen 54. Captura de pantalla del Facebook del CCB 23 de Febrero, uno de los sitios a los cuales redirecciona la página

Allí se ubican dos botones que redireccionan a las aplicaciones de la web municipal desarrolladas por el Ente de la Movilidad de Rosario (EMR): *¿Cómo llego?* y *¿Cuándo llega?*; que le permiten al usuario saber qué colectivo de transporte urbano de pasajeros puede utilizar para trasladarse a las direcciones señaladas indicando las direcciones de origen y destino, y cuánto tarda una línea de colectivo en llegar a la parada indicada.

La incorporación de estos hipervínculos promueve la navegabilidad y el acceso del usuario a otros sitios que les pueden proveer información útil de manera sencilla.



Imagen 55. Captura de pantalla de los botones que son enlaces a las aplicaciones del EMR

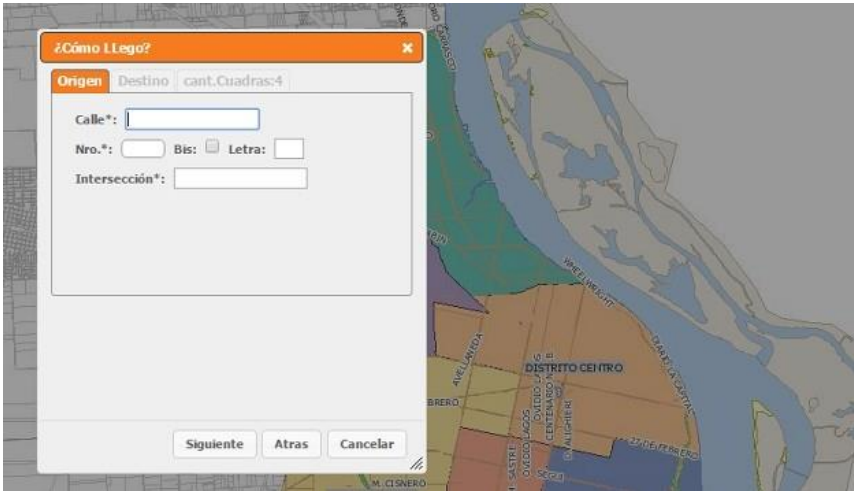


Imagen 56. Captura de pantalla de la aplicación *¿Cómo llego?*



Imagen 57. Captura de pantalla de la aplicación *¿Cuándo llega?*

- “El Galpón”: Aquí los usuarios conocen qué se puede hacer en el galpón de Av. Belgrano y San Martín, que si bien ya es un espacio de referencia para jóvenes y para todo aquel que trabaja en la temática juvenil; consideramos destacar la imagen del galpón como lugar de encuentro de las juventudes porque históricamente es confundido y nombrado como el galpón que se encuentra próximo dependiente de la Secretaría de Cultura y Educación, y dado que el municipio junto al gobierno provincial han decidido otorgarle a la zona nuevos usos recreativos con acento en actividades culturales para jóvenes, creemos importante señalar mencionado galpón como un sitio de la convivencia y las juventudes. Además, la mayoría de los eventos de la DPPJ tienen lugar allí, como por ejemplo la tradicional Muestra de Talleres o la Presentación de Proyectos del PPJ a la intendenta.

Esta sección incorpora fotografías en modo de transición de diapositivas, que no sólo

refuerzan la imagen del Galpón sino que ilustran al usuario la multiplicidad de actividades que allí se desarrollan. Este efecto de movimiento aporta dinamismo a la sección y los enlaces hacia Flickr, Facebook y las aplicaciones del EMR promueven la circulación hacia redes de la institución y otros sitios de utilidad.

< *El Galpón*

El Galpón Centro de la Juventud es un lugar a orillas del río que integra la Franja Joven del Río. Un espacio donde estar, conocerse y compartir con otras y otros. El Galpón de Av. Belgrano y San Martín es el tradicional espacio a orillas del Paraná del que hace años las juventudes se apropian. Un lugar abierto para que te sumes vos y tus amigas/os a hacer lo que más te gusta. Mates, charlas, juegos, ping pong, talleres gratuitos para jóvenes de 13 a 25 años con inscripción abierta todo el año, eventos y muestras.



Imagen 58. Captura de pantalla de la página *El Galpón*

- "¿Qué querés para tu ciudad?": Los usuarios que acceden aquí pueden enterarse de qué se trata el proyecto Presupuesto Participativo Joven y pueden ingresar a través de un hipervínculo a la página www.rosario.gov.ar/yoparticipo para votar qué proyectos que se realizaron en el marco de esta propuesta se ejecutarán el año próximo. El contenido se encuentra redactado acorde a un lenguaje juvenil, enumerando cada etapa del proyecto pero con información clara y concisa; acompañado de imágenes ilustrativas.

Allí utilizamos un enlace al correo institucional de la DPPJ para los usuarios que necesiten realizar alguna consulta acerca del tema.

< ¿Qué querés para tu ciudad?

El Presupuesto Participativo Joven es el proyecto que permite que jóvenes de escuelas y Centros de Convivencia Barrial se puedan encontrar en Espacios de Participación para pensar qué cosas les gustaría cambiar o sumar en su barrio respetando siempre las diferencias y entendiendo que las juventudes tienen múltiples gustos y preferencias.



Más tarde, los mismos jóvenes se reúnen en Foros de Participación donde esas ideas que pensaron en un principio se convierten en proyectos que son evaluados por el municipio. Todos aquellos que se puedan realizar y que respeten la convivencia entre todas y todos son los proyectos que vos, en tu distrito, podés elegir. Votá qué proyectos querés [acá](#).
¿Estás interesado en participar? Preguntá en tu escuela y/o escribinos a juventud@rosario.gov.ar

Imagen 59. Captura de pantalla de la página *¿Qué querés para tu ciudad?*

MR MUNICIPALIDAD DE ROSARIO

Ver proyectos Preguntas Frecuentes Contacto VOTÁ

VOTÁ
PRESUPUESTO PARTICIPATIVO
7 al 16 de Noviembre de 2014

¡INFORMATE Y PARTICIPÁ!

Del 7 al 16 de noviembre podés votar los proyectos para el Presupuesto Participativo 2015 en toda la ciudad. Estarás eligiendo propuestas elaboradas por vecinos y vecinas integrantes de los Consejos de Participación Ciudadana de cada distrito para aplicar los fondos que el Municipio pone a disposición.

Imagen 60. Captura de pantalla de la página www.rosario.gov.ar/yoparticipo

- "Estudios, proyectos y trabajos": Las juventudes pueden acceder a información sobre inscripción a cursos, espacios de orientación vocacional / laboral, propuestas de capacitación y estudios.

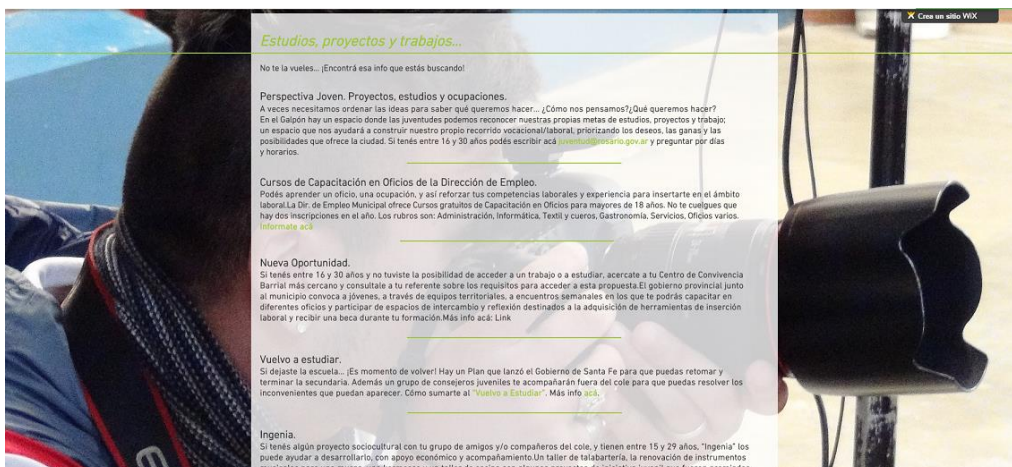


Imagen 61. Captura de pantalla de la página *Estudios, proyectos y trabajos*

En estos *portfolios* el usuario obtiene información sobre un taller de Reggaetón en la Asociación Barrio Corrientes del Distrito Centro hasta un espacio de fútbol en el Centro de Convivencia Barrial Nuevo Alberdi de zona norte; o una invitación a un encuentro audiovisual hasta información sobre cursos de capacitación en oficios. La idea es que las juventudes que navegan la página encuentren información variada y puedan ver que se realizan actividades en toda la ciudad.

Además de estos temas, decidimos darle un lugar preferencial a los enlaces hacia las demás plataformas y redes de la institución generando flujo de información y promoviendo la interactividad.

Para visualizar la información optamos por producir fotografías de las distintas actividades que se desarrollan durante el año, teniendo en cuenta que posteriormente se publicarían en la web, de esta manera utilizamos fotografías que no tienen *copyright*²³.

Nos pareció necesario que cada actividad que se publique en el sitio esté acompañada con una imagen que indique el lugar físico, como referencia. Esto también se relaciona con la

²³ Derecho exclusivo de autor

intención por parte de los directivos de que las y los jóvenes sepan que hay otros jóvenes en distintos barrios de la ciudad realizando otras actividades; y en relación a esto es también que se incorporó la georreferenciación que permite localizar puntos de referencia a través de la aplicación de *Google Maps*.

Si bien existen fotos sin *copyright* en Internet que pueden ser usadas de manera gratuita por cualquier persona, consideramos tener fotografías propias obtenidas con una cámara semi profesional para que la página no pierda calidad en la imagen.

La redacción del contenido adopta un lenguaje juvenil e informal. Si esta plataforma debe ser de fácil acceso para los usuarios, entonces debe compartir un lenguaje común con las juventudes. No resulta relevante para la web institucional explicar qué ejes de trabajo originaron determinada acción, como por ejemplo pueden ser la convivencia o el diálogo intergeneracional.

Esta es una clara diferencia entre la web de la DPPJ que proponemos y el portal del municipio sobre lo que éste último postula sobre juventudes, enmarcando las actividades y propuestas de la institución en contextos de trabajo y decisiones de autoridades que poco tienen que ver con la invitación o convocatoria a jóvenes, ya que desde el mencionado sitio trabajan con una clara impronta de política estatal.

Consideramos que el prototipo de web que ofrecemos cuenta con textos de información de interés, clara, diversa y actual, en un lenguaje cercano, reconocible y amigable para las juventudes; respetando la cuestión de género que propone el municipio.

3.1.5 Diseño:

En lo que se refiere al diseño del sitio se tomaron en consideración los recursos que desde la institución se utilizan para generar identidad gráfica para aportar coherencia en cuanto a imagen. Nos referimos a la tipografía *DIN Next LT Pro* en sus distintas variantes, paleta de colores, ornamentos, contenedores, tramas e ícono.

La interfaz es a lo primero que accede el usuario cuando coloca la dirección del sitio y pretendemos que allí pueda ver una imagen general del contenido del mismo. La imagen

que ilustra la página de inicio se diseñó teniendo en cuenta una variedad de objetos juveniles y fotografías.

No utilizamos encabezado²⁴ porque no lo consideramos necesario, ya que se aplica gran cantidad de recursos gráficos que construyen identidad en las distintas secciones de la web; además un encabezado obligaría a los usuarios a desplazar la barra lateral hacia abajo para poder ver las variaciones de contenido de la página, lo que puede perjudicar la experiencia de navegación.

En la interfaz cada *portfolio* es una imagen fija compuesta por un contenedor, un ícono en referencia a la información que redirecciona, un título y un pequeño texto que resume una idea, una propuesta. Debajo de cada módulo hay un botón que enlaza a la página que contiene la información.

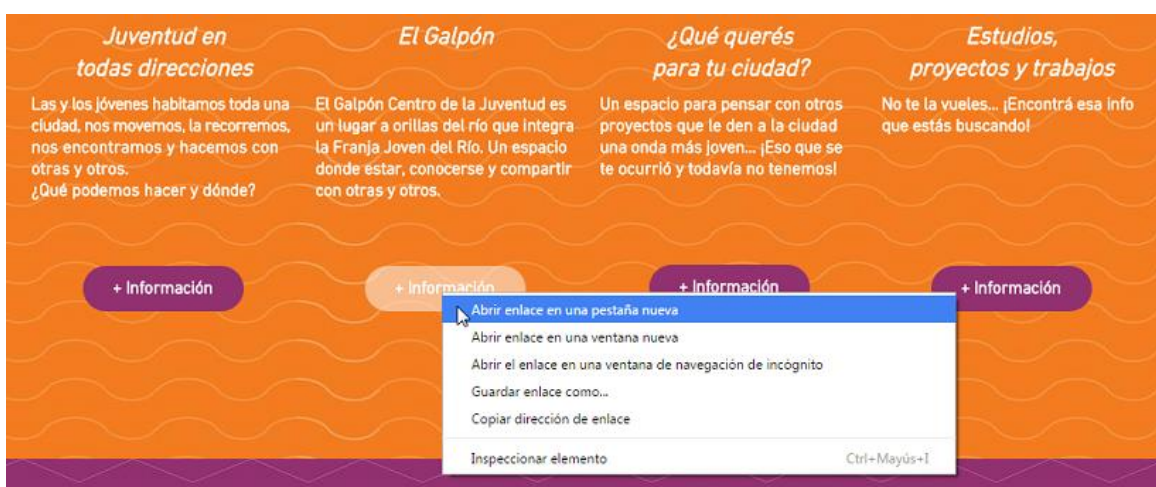


Imagen 62. Captura de pantalla de los botones que enlazan a las páginas con información

Cada una de estas páginas contiene detalles gráficos como líneas, *clips art*, enlaces y algunos títulos en los colores que responden a la identidad gráfica.

Algunos botones también fueron personalizados para aportar a la unidad visual del sitio. Por ejemplo los que son hipervínculos a las aplicaciones del EMR se crearon a partir de la estética que tienen los cuatro portafolios de información de la primera interfaz, teniendo en cuenta los íconos y la paleta de colores. Otros presentan un efecto de cambio de color cuando se apoya el cursor sobre ellos.

²⁴ También conocido como *header*

Todos los botones fueron rediseñados adaptándolos a cierta convención que existe con respecto a no crear botones de un tamaño excesivo y desequilibrar el diseño general.

Esta es una verdadera ventaja en cuanto a las facilidades que presenta el servicio *Wix*, dado que la totalidad de los *plugins*²⁵ utilizados son los propuestos por los mismos desarrolladores, evitando de esta manera tener que descargar aplicaciones que sean compatibles con la plataforma.

También utilizamos los llamados *botones sociales* que son los que hacen de nexo entre nuestra web y las redes sociales y permiten al usuario acceder a otras plataformas y compartir el contenido del sitio a través de distintos canales online, por ejemplo, Facebook, Twitter, Youtube, etc., facilitando la interactividad del usuario. Los ubicamos en lugares de fácil acceso y reconocibles. La idea es que su ubicación resulte cómoda y se encuentren siempre en el mismo lugar para familiarizar a los usuarios con su uso.

De esta manera configuramos una sección destinada a las redes de la institución y al intercambio, donde el usuario puede ver las últimas publicaciones de Facebook, videos de Youtube y una galería de imágenes; y puede también dejar comentarios públicos para que sean respondidos por el equipo de Comunicación, promoviendo también la interactividad.

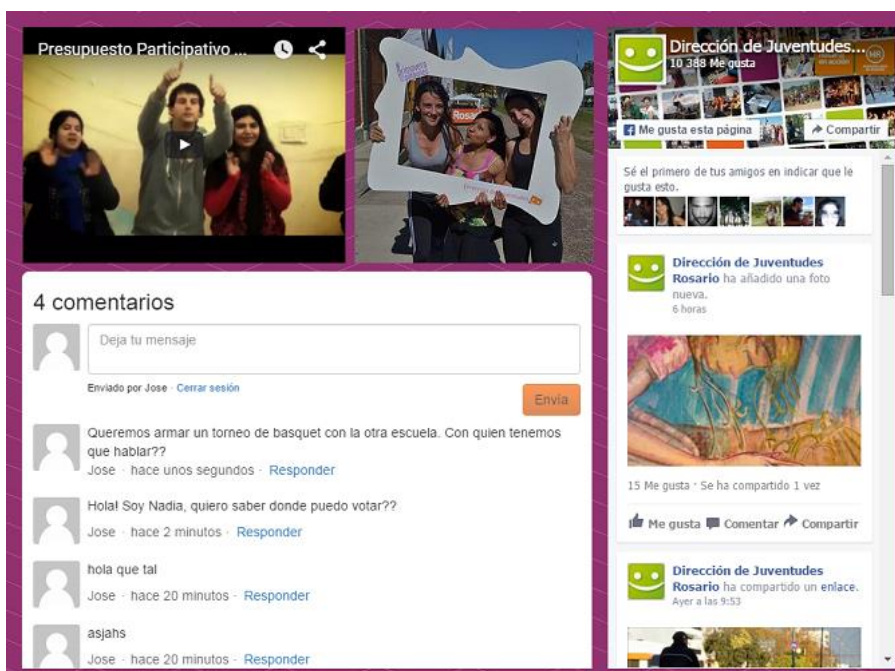


Imagen 63. Captura de pantalla de sección de redes y comentarios

²⁵ Complemento que se agrega a una aplicación o programa para generar una nueva funcionalidad.

Decidimos sumar un formulario de contacto con diferentes campos que el usuario puede completar para enviar consultas que se direccionan a nuestro correo institucional, potenciando la interactividad entre las juventudes y la DPPJ.

Si querés recibir información sobre alguna actividad, taller o dirección no dudes en escribirnos en nuestras redes sociales o acá:

Nombre
Email
Asunto
Mensaje

Enviar

Imagen 64. Captura de pantalla del formulario de contacto

En ninguna otra plataforma de la DPPJ puede verse de manera conjunta toda la oferta de propuestas de la institución como se propone en este sitio web, y consideramos que esta plataforma con estas características permite "poner en pantalla" esa heterogeneidad a la que nos referimos cuando hablamos de juventudes, y generar un encuentro de lenguajes.

En este encuentro de lenguajes podríamos mencionar que se ha decidido "linkear" a otros sitios en las distintas secciones y destacados, para que el usuario pueda ampliar y/o completar la información, teniendo en cuenta lo postulado por Morduchowicz en relación a la lectura no lineal, hipertextual.



Imagen 65. Captura de pantalla de uno de los sitios a los que redirecciona la página *Estudios, proyectos y trabajos*

La ubicación de enlaces a las redes y plataformas de la DPPJ responde al trabajo sinérgico que pretendemos favorecer a través de la web. Entendemos, retomando aquí a Wacker, que no está monopolizado el uso de cada plataforma, y que cada una tiene su especificidad y promoviendo el tráfico hacia cada una de ellas se produce volumen de información y comunicación; actuando la web institucional como una especie de "sitio madre" que concentra a las demás plataformas para garantizar infinitas lecturas hipertextuales, proponiendo texto, imágenes, fotos y videos; promoviendo la interactividad.

Este hipertexto que genera internet, según Morduchowicz, es la nueva manera de concebir al mundo según las juventudes y estas experiencias en el ciberespacio son experiencias de cultura y de identidad, dado que hacen diversas y múltiples apropiaciones en la navegación.

4. Algunas consideraciones finales

Este trabajo pensado y diseñado a partir del análisis de la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de Rosario, es ideado a partir de las potencialidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación, expresadas en una plataforma web; nuestra propuesta es una innovación para la comunicación digital de la institución con las juventudes.

El sitio www.comunicaciontesina.wix.com/rosariomasjoven es una creación en la que convergen una multiplicidad de lenguajes y formatos hipermediales, con el fin de fortalecer la identidad de la institución, garantizar el acceso a la información y promover la participación juvenil, propiciando una navegación y experiencia amigables para el usuario.

El contenido de este sitio es configurado a partir de la necesidad de los Gobiernos Electrónicos de ofrecer contenido de valor y generar una instancia superadora en la relación con la ciudadanía en el entorno virtual; incorporando a las nuevas tecnologías no como meras herramientas sino como nuevos escenarios, nuevos territorios donde se propician nuevas prácticas sociales, y los usuarios, las juventudes, como actores estratégicos y sujetos de derecho, pueden hacer sus apropiaciones.

Este nuevo escenario es el escenario que propone la web 2.0, que ha desarrollado nuevas maneras de comunicarnos, promoviendo la interactividad y el uso de las redes sociales; es

el escenario de la convergencia, donde viejos y nuevos medios se entrecruzan para generar cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales; y las comunidades de usuarios se vuelven comunidades de usuarios activos, decididos a participar en el entorno virtual.

Según Jenkins “una inteligencia colectiva supone que cada persona puede contribuir con algo”, y esta página permite que las juventudes de Rosario puedan acceder a la información pero también puedan interactuar, compartir con otros jóvenes, que a partir de lo que encuentran puedan hacer propuestas, puedan ponerse en contacto con aquellos que trabajan en proyectos juveniles.

A su vez, esta convergencia que según Jenkins supone múltiples plataformas mediáticas, promueve un recorrido infinito por parte del usuario, que a través de la lectura hipertextual que posibilita Internet, realiza una continua toma de decisiones; cambiando de roles con respecto a la producción y recepción de contenido, migrando hacia sitios diversos guiados por intereses diversos; los de las juventudes, que son múltiples y heterogéneas.

Este espacio virtual que proponemos propicia la gestión del conocimiento a través de las producciones que se realizan en los espacios de la institución; las juventudes se apropian como productores de sus propios contenidos, tomando la palabra, las imágenes y los sonidos, construyendo nuevos modos de participación ciudadana a través del arte, la música, el intercambio de intereses y propuestas, el encuentro con otros y otras... Estas juventudes que participan de nuevas experiencias culturales, se enfrentan a nuevas maneras de construir identidad a partir de las diversas apropiaciones que hacen en este universo virtual.

A partir de nuestro trabajo cotidiano y nuestro compromiso como profesionales de la comunicación concebimos este sitio como un dispositivo que configura nuevos espacios discursivos, que favorecen nuevos procesos de creación, nuevas maneras de colaboración, porque entendemos “lo virtual” como ese horizonte de potencial infinito; y entendemos que una institución como la Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de Rosario que trabaja cotidianamente con juventudes, debe darse el desafío de adoptar nuevos escenarios donde esas juventudes puedan identificarse en su heterogeneidad social y en su diversidad cultural.

En este contexto de permanente cambio donde aparecen nuevos formatos textuales e infinidad de prácticas innovadoras de producción, distribución y consumo de la información, donde la mayoría de los usuarios son nativos digitales que han nacido y

crecido en un mundo digital, el Área de Comunicación de una institución estatal tiene la obligación de propiciar nuevas formas de comunicación, que a su vez, favorezcan al diseño de sus políticas; entendiendo que las TIC pueden ampliar enormemente las posibilidades de participación de los ciudadanos.

Finalmente, este trabajo que surge en el marco de una práctica profesional, nos permitió evidenciar, a través del diseño y desarrollo de una plataforma virtual, el enorme potencial que el campo de la comunicación encuentra en los entornos virtuales, y que en una Sociedad de la Información y el Conocimiento, ser es, ante todo, como expresó Igarza, comunicar.

Bibliografía

Kaufman, E. (2007) Políticas Públicas y Tecnologías. Líneas de acción para América Latina, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.

Vera, P. (2010) La Trama de la Comunicación. Anuario del Dpto. de Ciencias de la Comunicación. Volumen 14, Rosario. Disponible en: <http://tinyurl.com/ptcs76u>

Jenkins, H. (2008) Convergence Culture. La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación, Barcelona, Paidós Ibérica S.A.

Igarza, R. (2008) Nuevos medios. Estrategias de convergencia, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.

Municipalidad de Rosario (2010) 20 años. Políticas Públicas de Juventud. Material institucional, Rosario, mimeo.

Morduchowicz, R. (2008) Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad, S/D, GEDISA.

Levy, P. (1999) ¿Qué es lo virtual?, Barcelona, Paidós. Disponible en: <http://tinyurl.com/p4mqdlq>

Castells, M. (1998) La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen 1: La Sociedad Red. Madrid, Alianza.

Castro Rojas, S. Gestionando en la metatecnología, Medios y Enteros, Edición N° 9. Disponible en: <http://tinyurl.com/q7hhxw6>

Uranga, W. (2009) Prospectiva Estratégica desde la comunicación, Facultad de Bellas Artes, UNLP. La Plata. Versión digital.

Municipalidad de Rosario (2011) Material institucional, Rosario, mimeo.

Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de Municipalidad de Rosario (2015) Material institucional, Rosario, mimeo.

Costa, J. Imagen Corporativa. Disponible en <http://tinyurl.com/oc3ea55>

Dirección de Políticas Públicas de Juventudes de Municipalidad de Rosario (2012) Material institucional, Rosario, mimeo.

Municipalidad de Rosario, Rosario Ciudad Digital. Disponible en <http://tinyurl.com/opfubxw>

Wikipedia, Navegabilidad. Disponible en <http://tinyurl.com/nw8gofj>

Bibliografía complementaria

Kaufman, E. (2007) Políticas Públicas y Tecnologías. Líneas de acción para América Latina, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.

Carlón, M. y Scolari, C. (2009) El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate, Buenos Aires, La Crujía Ediciones

Scolari, C. (2008) Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva, Barcelona, Gedisa.

García Canclini, N. (2004) Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad, Barcelona, Gedisa.

García Canclini, N. (2007) Lectores, espectadores e internautas, Barcelona, Gedisa.

Mcluhan, M. (2009) Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano, Editorial Paidós.

Urresti, M. (2008) Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.