

# FORMACIÓN, EXTENSIÓN y FACEBOOK: LA COMUNICACIÓN- INSTITUCIONAL-ESTRATÉGICA TRANSFORMA EL CAPITAL SOCIAL.

Mónica Caballero - Daniela Bersi - María Egozcue – Rainiero Valcarcel Espinoza  
Universidad Nacional de Bellas Artes – Facultad de Bellas Artes

## Resumen

El dispositivo áulico, específicamente en la Universidad Argentina y en la última década, fue redefiniéndose con más celeridad que en el transcurso de toda su historia, pues, tuvo que adecuarse al escenario de las transformaciones en informática y telecomunicaciones provenientes de los países desarrollados y, a la consecuente pesquisa de los ideales de democratización del conocimiento/información que implícitamente, acarrearán en su discurso, los diversos desarrollos tecnológicos.

En la actualidad, los procesos de subjetivación del dispositivo áulico, al menos condicionan y configuran, nuevas y múltiples formas de conducir y relacionar a los individuos que atraviesan con su praxis/enunciación dicho dispositivo. Es nuestra intención analizar los procesos del dispositivo de información de la Universidad para encontrar relaciones con el dispositivo áulico y los distintos procesos de subjetivación que le son propios. De esa manera, damos cuenta de la necesaria sistematización de una serie de modelos de uso posible, en la apropiación de la web 2.0 para su aplicación pedagógico/político/comunicacional en el área de formación Universitaria como fundamento de una consecuente práctica Extensionista.

En éste trabajo, analizaremos el modo en el que la web 2.0, antes manifestada en diferentes tecnologías, en la actualidad, manifestada paradigmáticamente en la red social Facebook, toma una conducta transformadora en la dinámica de la comunicación institucional de la Facultad de Bellas Artes – UNLP. A si mismo, describiremos los efectos de ésta transformación en la realidad concreta, en particular, en el capital social desarrollado por el dispositivo áulico y sus extensiones expresadas en estructuras bimodales. Esta formación de capital social en el “dispositivo áulico expandido”, requiere una gestión activa por parte de los docentes universitarios.

Además, en contrapunto, analizamos como las acciones de revisión y apropiación de herramientas virtuales, ensayadas por la comunidad real y la comunidad virtual, otorgan entidad a nuevos usos y con ellos, la consecuente resignificación de la herramienta virtual misma. Se produce en este caso una apropiación de Facebook para la actividad periodística amateur.

Para enmarcar teóricamente lo expresado, enunciaremos y analizaremos nociones tales como “capital social universitario”, comunicación institucional estratégica y “dispositivo áulico expandido”.

## Introducción

Este trabajo, cuyo título es “Exploración-problematización de las TICs y de estrategias en las TICs, para la difusión estratégica de información institucional referida al Área de Extensión: saber/poder en la construcción del “sujeto extensionista” endógeno y exógeno a la UNLP. Relevamiento del “dispositivo de información” en el área de extensión universitaria de la F.B.A. de la U.N.L.P”, se presenta como expresión parcial de la Investigación que llevamos adelante. En él analizamos fundamentalmente dos ejes: La comunicación en relación a la Extensión Universitaria y, la apropiación de TICs como complementación en la construcción de Culturas / Identidades<sup>1</sup>.

Para cumplir con los objetivos generales de la Investigación, partimos de una reflexión enmarcada en una perspectiva hermenéutica<sup>2</sup> y situacional<sup>3</sup>. La investigación de estudio de caso tiene orientación interpretativa y su propósito es analizar los procesos y fenómenos sociales, patrones de comportamiento, acciones e instituciones, para extraer

<sup>1</sup> GIMENEZ, Gilberto, “La cultura como identidad y la identidad como cultura”, Conferencia magistral dictada en 2011.

<sup>2</sup> VATTIMO, Gianni, “Hermenéutica y racionalidad”, (Comp.) Gianni Vattimo, Ed. Norma, 1994. Pág. 20-28

<sup>3</sup> CASALLA, Mario, “Tecnología y pobreza: la modernización vista desde la perspectiva latinoamericana”, Editorial Fraternal, 1988, 156 Pág.

los significados construidos alrededor de ellos, en un contexto que puede ser de redes, de relaciones sociales o, de sistemas de creencias. Justamente este “círculo hermenéutico”<sup>4</sup> es el que permite la tarea interpretativa.

Para éste artículo, además de la metodología general planteada en la investigación, nos respaldamos en el “método de análisis de contenido”<sup>5</sup>, propuesto por los profesores de la Universidad de Lovaina – Bélgica, Jean Remy y Jean Pierre Hiernaux. El cual se basa en el análisis de imágenes, texto, música, sonidos, hipervínculos, hipertextos o cualquier tipo de contenido que nos conduzca al entendimiento del sentido sociológico que guarda su apariencia fenoménica.

Realizamos una acotada descripción del contexto socio-tecnológico, exploramos la presencia en las redes sociales de la Facultad de Bellas Artes (en adelante FBA) de la Universidad Nacional de La Plata (en adelante UNLP), particularmente en Facebook<sup>6</sup>. Enfocamos nuestro análisis en las estrategias y formas de comunicación del dispositivo<sup>7</sup> áulico basado en la red social Facebook y, en aquellas estrategias pertenecientes al conjunto de herramientas del dispositivo de información de UNLP 2.0.

Bajo la Hipótesis de que la herramienta Facebook es un ámbito virtual en el que se expande la experiencia áulica y además, que es factible que se apropie como herramienta que protagonice y promueva estimulaciones en los atributos que componen el capital social de la universidad, generando oscilaciones en éste; afirmamos que se habilitan una serie de posibilidades para la incorporación en éstos procesos de comunicación, de estrategias y metodologías de formación y construcción de subjetividades, acordes a objetivos de una Organización Universitaria responsable socialmente<sup>8</sup>.

### Contexto socio-tecnológico y político.

Las sociedades en América Latina, actualmente atraviesan una etapa de profundas transformaciones en múltiples campos, lo “socio-tecnológico en la educación” es uno de ellos y se expresa actualmente en la intención de Estados nacionales e instituciones educativas de revisar-apropiar-reencantar<sup>9</sup> las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), entre ellas, la genérica web 2.0<sup>10</sup>, para diversificar o ampliar metodologías de todo tipo. Este proceso de transformación trae consecuencias en otros campos, como lo económico, profesional, el modo de construcción del conocimiento, el modo de relacionarnos socialmente, el acceso a la información, los procesos de poder, los aspectos sociopolíticos e identitarios. Estos cambios culturales, son fundamentalmente cambios en la política para vivir. Emergen nuevas estrategias para vivir<sup>11</sup>.

En ese contexto de cambios e implementaciones estratégicas, Argentina se encamina a ser uno de los países mas involucrados con las tecnologías web 2.0, al menos, así lo indican los últimos informes de organizaciones internacionales expertas en cibermetría:

<sup>4</sup> J. BOHMAN, D. HILEY & R. SHUSTERMAN, «Introduction: The Interpretive Turn». David Hiley, James Bohman y Richard Shusterman (eds.), *The Interpretive Turn*. Philosophy, Science, Culture. Ithaca: Cornell UP, 1991.

<sup>5</sup> Hiernaux, Jean Pierre y Remy, Jean 1978 “Sociopolitical’ and ‘charismatic’ symbolics: Cultural Change and Transaction of Meaning”, in *Social Compass*, XXV /1.

<sup>6</sup> Empresa creada por Mark Zuckerberg: Es un sitio web de redes sociales. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. Ha recibido mucha atención en la blogosfera y en los medios de comunicación al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social.

<sup>7</sup> AGAMBEN, Giorgio. “¿Qué es un dispositivo?”, *Rev. Sociológica*, año 26, número 73, 2011, pp. 249-264

<sup>8</sup> VALLAEYS, François; DE LA CRUZ, Cristina; SASIA, Pedro M., “Responsabilidad social universitaria: Manual de los primeros pasos”, Banco Interamericano de Desarrollo, 2009. Pág. 2-35.

<sup>9</sup> FERNANDEZ COX, Cristian, “Modernidad Apropriada. Modernidad Revisada. Modernidad Reencantada”, en: *Revista Summa*, N°289, 1991.

<sup>10</sup> COBO ROMANI, C. y PARDO KUKLINSKI, H., “Planeta web 2.0. Inteligencia Colectiva o medios fast food”,

Grup de Recerca d’Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flasco México. Barcelona/México DF. 2007.

<sup>11</sup> KUSH, Rodolfo, “Geocultura del hombre americano”, Buenos Aires, Ed. Fernando García Cambeiro, 1976. Pág. 93-105.

En primer lugar, Comscore con un estudio titulado "Futuro Digital-Latinoamérica 2012"<sup>12</sup>, señala Argentina como el segundo país que más usa redes sociales a nivel mundial, y primero en América Latina, con 10,7 horas diarias por habitante. Además, concluye:

- Los usuarios de América Latina en general son de los que más tiempo usan redes sociales a nivel mundial.
- La población online de Latinoamérica creció más rápido que en cualquier otra región del mundo en 2011, aumentando 16% para llegar a más de 129 millones de visitantes.
- Facebook aparece como la entidad web que más involucró a los usuarios de la región, registrando 25% de todo el tiempo consumido online.
- Los teléfonos móviles y tabletas (Mobile devices<sup>13</sup>) continúan registrando en Argentina y la región, una cantidad creciente de tráfico digital.
- Argentina es tercero en América latina en cuanto a videos más vistos por la web con 1,4 millones y un crecimiento anual del 75%.

Así mismo, la consultora internacional Ipsos/Reuters<sup>14</sup>, también muestra que Argentina con un 82% de sus habitantes con acceso a Internet, es el segundo país con mayor penetración y uso de las redes sociales en la actualidad, después de Indonesia. Complementamos los datos del contexto nacional con el informe elaborado por la consultora Knack<sup>15</sup> para el Ministerio de Educación de la Nación Argentina<sup>16</sup>, del cual destacamos las conclusiones que señalan que: 80% de los niños entre 11 y 17 años tienen Internet en casa, 70% tiene computadora en su casa, 72% esta en alguna red social. Las dos acciones mas valoradas: Internet Informa; Internet comunica con los amigos. Y finalmente, en promedio, el 66 % afirma tener celular.

Con estos datos contextualizamos la realidad socio-tecnológica en la que se encuentra América Latina y en particular Argentina, en relación a las TICs, a la comunicación, a la presencia en las redes sociales y a la importancia que la sociedad Argentina le otorga a la web 2.0. Consideramos que las políticas públicas de apropiación tecnológica a nivel nacional como: el "Plan Conectar Igualdad"; la declaración del software libre como una Política de Estado ratificada por el Ministerio de Industria de la Nación Argentina en 2012<sup>17</sup>; la media sanción de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación<sup>18</sup> para democratizar el acceso a la información científica en todo el país; la ordenanza 856/2012 mediante la cual el Ministerio de Educación promueve el desarrollo del postítulo "Especialización Docente de Nivel Superior en Educación y TIC"<sup>19</sup>; la gestión en general de "El Portal Educativo del Estado Argentino" ([www.educ.ar](http://www.educ.ar)); entre otras políticas mas especificas, favorecen y estimulan aun más éste escenario.

### El caso U.N.L.P. y el caso F.B.A.

<sup>12</sup> Datos Disponibles en: [http://www.comscore.com/Press\\_Events/Events\\_Webinars/Webinar/2012/Futuro\\_Digital\\_-\\_Latinoamerica\\_2012](http://www.comscore.com/Press_Events/Events_Webinars/Webinar/2012/Futuro_Digital_-_Latinoamerica_2012)

<sup>13</sup> Aparatos/dispositivos tecnológicos pequeños e inalámbricos orientados a la comunicación, producción de contenidos multimediales, integración tecnológica, entretenimiento, gestión de información, consumo de los media y fortalecimiento de las redes sociales.

<sup>14</sup> Ipsos fundada en Francia en 1975, ha crecido hasta convertirse en un grupo de investigación en todo el mundo <http://www.ipsosglobaladvisor.com>. Thomson Reuters es una fuente de consulta mundial de información inteligente para empresas y profesionales.

<sup>15</sup> KNACK: Es una empresa dedicada a la consultoría y a la investigación de mercados y opinión pública en toda América Latina desde el año 2002. Disponible en: <http://www.knack.com.ar/knack.html>

<sup>16</sup> El relevamiento, en cooperación con Telecom, se hizo en 2011 y abarcó una muestra representativa de 1202 entrevistados 51% varones y 49% mujeres. El 99% van a la escuela. El 20% vive en la ciudad de Buenos Aires, 21% en el Gran Buenos Aires y 58% en el resto del país.

<sup>17</sup> Carta abierta escrita por la Ministro de Industria Debora Giorgi, publicada en la sección "Cultura digital", de Página 12, el 30 de mayo de 2012. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/cdigital/31-195188-2012-05-30.html>

<sup>18</sup>Noticia disponible en la página del ministerio de ciencia, tecnología e innovación productiva. [http://www.mincyt.gov.ar/noticias/noticias\\_detalle.php?id\\_noticia=959](http://www.mincyt.gov.ar/noticias/noticias_detalle.php?id_noticia=959)

<sup>19</sup> <http://www.boletinoficial.gov.ar/Login/Ingresar.castle>

Las diversas políticas universitarias de apropiación tecnológica implementadas por la UNLP, también están direccionadas en el sentido antes señalado, pues muchas de las políticas expresadas en el plan estratégico 2010 – 2014<sup>20</sup> de la UNLP relacionadas al software libre y a la comunicación institucional, específicamente a la web 2.0, comenzaron a concretarse desde el nivel más alto de la institución en términos jerárquicos, el Rectorado. De esa manera, el dispositivo de información de la UNLP se transforma en lo estructural y en lo procesual<sup>21</sup>.

En primer lugar, la política de propiedad intelectual de la U.N.L.P recientemente tuvo un salto cualitativo al incorporar las licencias de “Creative Commons<sup>22</sup>” para la democratización del acceso a los contenidos del portal oficial de la UNLP<sup>23</sup>, como ser por ejemplo, la producción científica elaborada por los investigadores de la Institución. Para la instrumentación se desarrollaron aplicaciones de software, motores de búsqueda y normativas nuevas. Esto facilita e incrementa aun más la circulación de información por distintos canales, e incrementa las posibilidades de gestión de conocimiento por parte de todos los actores universitarios.

En segundo lugar, se promueven desarrollos de vanguardia en el campo de la comunicación 2.0 aplicada a la educación: “El Museo de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de La Plata comenzó a implementar un novedoso sistema de información que permite a sus visitantes obtener, a través de sus propios teléfonos celulares, datos on line de las piezas en exposición. Se trata del desarrollo conocido como QRpedia, que permite acceder en tiempo real a los artículos de la reconocida enciclopedia en línea Wikipedia. El Museo de La Plata es el primer Museo de Ciencias Naturales del mundo en implementar QRpedia<sup>24</sup>”.

En tercer lugar y lo más destacado en referencia a la web 2.0, son los cambios introducidos por las redes sociales en la estrategia de comunicación institucional de UNLP, que se ven reflejados en la dinámica del portal oficial, el cual comenzó progresivamente (2010 – 2011 y 2012) a concretar el perfil 2.0 de la Institución, con la incorporación de la sección denominada: UNLP 2.0, con la cual la UNLP comienza oficialmente su presencia activa en las redes sociales. El proyecto UNLP 2.0 otorga entidad a una red de redes (Webmix) que vincula las herramientas: LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Google+, YouTube y Delicious. La Red, también hipervincula el portal oficial de la UNLP con veinte páginas Facebook, de estatus oficial<sup>25</sup>, de distintas subdivisiones institucionales que adhirieron a la estrategia comunicacional. Esta iniciativa política de apropiación tecnológica, además incentiva y promueve el uso generalizado del mail institucional por parte de todos los actores universitarios, el cual es requisito en el

---

<sup>20</sup> Disponible en: [www.unlp.edu.ar](http://www.unlp.edu.ar)

<sup>21</sup> SAMAJA, Juan, “Epistemología y Metodología”. Buenos Aires: EUDEBA, 1994.

<sup>22</sup> “Creative commons, es una organización sin fines de lucro que comenzó a operar hace aproximadamente una década. La iniciativa se inspira en la filosofía del software libre y es el resultado del trabajo de un grupo de especialistas estadounidenses en ciberderecho. La idea central de Creative Commons (cuya traducción sería “bienes comunes creativos”) es ofrecer un modelo legal y una serie de aplicaciones informáticas que faciliten la distribución y uso de contenidos dentro del dominio público. Existen varios tipos de licencias Creative Commons, cada una con diferentes configuraciones, que permite a los autores poder decidir la manera en la que su obra va a circular en internet, entregando libertad para citar, reproducir, crear obras derivadas y ofrecerla públicamente, bajo ciertas diferentes restricciones”. Noticia completa en: [http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/6/29/portal\\_web\\_licencia\\_creative\\_commons](http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/6/29/portal_web_licencia_creative_commons)

<sup>23</sup> Noticia disponible en: [http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/6/29/portal\\_web\\_licencia\\_creative\\_commons](http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/6/29/portal_web_licencia_creative_commons)

<sup>24</sup> Noticia disponible en: [http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/5/9/museo\\_ciencias\\_naturales\\_grpedia](http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/5/9/museo_ciencias_naturales_grpedia)

<sup>25</sup> Listado hipervinculante disponible en: <http://www.unlp.edu.ar/articulo/2010/11/19/facebooks>: Dirección de Gestión en Extensión – UNLP; Biblioteca Pública de la Universidad Nacional de La Plata; Prosecretaría de Arte y Cultura; SEDICI Servicio de Difusión de la Creación Intelectual de la Universidad Nacional de La Plata; Voluntariado UNLP; Programa Vení a la UNLP; Programa De Apoyo – UNLP; Programa Mundo Nuevo – UNLP; Ediciones Especiales - DCV – UNLP; Instituto de Relaciones Internacionales - Facultad de Cs. Jurídicas y Sociales – UNLP; Biblioteca Joaquín V. González - Facultad de Cs. Jurídicas y Sociales; Extensión En Red - Facultad de Periodismo y Comunicación Social – UNLP; Difusión Académica - Facultad de Informática – UNLP; Lihuen Gnulinux - Facultad de Informática – UNLP; Proyecto E-Basura - LINTI - Facultad de Informática – UNLP; Facultad de Bellas Artes – UNLP; Diseño Multimedial – UNLP; Posgrados - Facultad de Cs. Económicas – UNLP; Escuela de Postgrado de Marketing Internacional – UNLP; Prensa - Facultad de Periodismo – UNLP.

Facebook oficial para unirse y formar parte de la Red UNLP 2.0. Conseguir que todos los actores universitarios, tengan una cuenta de mail institucional, es un reto y representa un salto cualitativo en el campo de la comunicación estratégica interna de la institución, que requiere ser el siguiente paso a corto plazo para facilitar la llegada de información dirigida desde y para todos los sectores internos.

Así mismo, en la actualidad se está promoviendo el uso, por parte de los actores universitarios, de los sistemas de suscripción RSS. En dicho sistema, "las noticias se agrupan en canales, a los cuales los usuarios se suscriben utilizando un lector de noticias. La ventaja del RSS con respecto a medios tradicionales, como portales de noticias o diarios on-line, radica en que el usuario no tiene que entrar periódicamente a la página web para saber si hay o no noticias nuevas que no haya leído. Este trabajo lo hace automáticamente el lector de noticias, que le avisa al usuario cada vez que haya una noticia nueva (...) Por ejemplo, para suscribirse al feed RSS de la sección "extensión", utilizaría la dirección <http://www.unlp.edu.ar/rss/extension>"<sup>26</sup>. De esta manera, los estudiantes y docentes tienen la posibilidad de crear un Entorno Personal de Aprendizaje-trabajo (PLE)<sup>27</sup> con actualización automática y con un anclaje institucional.

Pero, ésta forma de apropiación tecnológica, no es la única forma en la que los fenómenos socio-tecnológicos 2.0 están modificando la dinámica comunicacional de la UNLP. La licenciada Iris Fernández<sup>28</sup> en una entrevista para Pagina 12, afirmaba: "el cambio más fuerte es el que se va dando con la llegada de las generaciones de docentes nativos digitales, los que usan Internet desde que tienen recuerdo (...) El camino "desde arriba" es una de las formas del cambio, pero no la única porque hay un proceso de apropiación de la tecnología en la que los mismos usuarios empiezan a utilizar herramientas para compartir y empujan el cambio desde abajo"<sup>29</sup>

En este sentido, después de una búsqueda exhaustiva en Internet, análisis de contenido en redes sociales vinculadas a FBA, y múltiples entrevistas a estudiantes pertenecientes a distintas redes sociales, observamos que alcanzaron entidad (con más de un año de antigüedad) una serie de iniciativas de comunicación de este tipo, "desde abajo". Particularmente en F.B.A, emergieron una serie de comunidades virtuales<sup>30</sup> radicadas en Facebook con diversas características, objetivos y consignas, pero todas ellas, funcionales en casos específicos a la expansión de la experiencia áulica y, en general, a la expansión de la experiencia universitaria, a la expansión de la comunicación institucional, a la publicación en general, y a la diversificación de metodologías de enseñanza-aprendizaje. La red social Facebook, es de uso mayoritario por éstas comunidades virtuales. En FBA encontramos dieciséis páginas (entre perfiles y grupos abiertos - cerrados) que no están hipervinculadas oficialmente a la red de páginas Facebook de UNLP 2.0, pero de todas formas (desde la perspectiva de la comunicación), articulan un conglomerado de ámbitos de selección, organización, reproducción, masificación, estimulación y re significación de la información y los modos en que ésta se comunica. Así interaccionan el dispositivo áulico y el dispositivo de información de FBA-UNLP: expanden en el tiempo y el espacio, contenidos curriculares, debates, trabajos prácticos, fechas importantes, notas, becas, convocatorias a diversos eventos,

---

<sup>26</sup> Texto completo en: <http://www.unlp.edu.ar/articulo/2008/6/29/rss>.

<sup>27</sup> PLE, por sus siglas en inglés de Personal Learning Environment, son sistemas que ayudan a tomar el control y gestión del propio aprendizaje. Un PLE puede estar compuesto de uno o varios subsistemas: puede tratarse de una aplicación de escritorio o bien estar compuestos por uno o más servicios en la Web. Para más información visitar: [http://www.educ.ar/recursos/ver?rec\\_id=109090](http://www.educ.ar/recursos/ver?rec_id=109090)

<sup>28</sup> Licenciada en Educación, profesora de informática y militante del Software Libre (SL).

<sup>29</sup> Entrevista completa disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/futuro/13-2721-2012-07-25.html>

<sup>30</sup> SISTI RIPOLL, Javier y WARD, Miguel, "Botellas al mar. Un estudio acerca de las comunidades virtuales", en Revista: Tram[55]mas de la comunicación y cultura. FPyCS-UNLP. ISNN16685547. Agosto del 2007. Pág. 47.

ejemplificaciones, expresiones y conversaciones con distintos tonos y matices relacionados a la Universidad.

El dispositivo áulico tradicional, circunscripto a un espacio físico determinado, modifica su estructura y dinámica a partir de la intercreatividad<sup>31</sup> introducida por los individuos que lo atraviesan<sup>32</sup>, los que empoderan su posición en el dispositivo con la incorporación de Facebook a la dinámica comunicacional del grupo. Se desdibujan así, los límites entre el campo tradicional de acción del dispositivo áulico y el campo de acción del dispositivo informativo. Ambos en interacción, enmarcan en una serie nueva de disposiciones, a los individuos universitarios que negocian sus atributos corporales y subjetivos con dichos dispositivos, otorgando entidad al “dispositivo áulico expandido” que no se enmarca estrictamente en los parámetros formales de la educación a distancia (EAD) pero sí, muestra ser una expansión/complementación de las experiencias comunicacionales y de aprendizaje en la “UNLP 2.0 no oficial”, matizadas éstas, con los atributos de una conversación<sup>33</sup> de índole coloquial y habitual para los estudiantes en ámbitos web 2.0.

Así, configuramos los rasgos de lo que denominamos “dispositivo áulico expandido” en la FBA (ya sea articulado por Facebook o por cualquier otra herramienta 2.0), como espacio estratégico en la comunicación y formación del estudiante universitario en la era de la comunicación mediada por redes sociales. Es un espacio que posibilita formas de cooperación para mejorar el desempeño universitario<sup>34</sup>, de construcción de conocimiento colaborativo a partir de “conversaciones”<sup>35</sup>, de reorganización y construcción identitaria en el grupo<sup>36</sup>, de organización y expresión política<sup>37</sup>, de reproducción, multiplicación y circulación de textos de todo tipo (audiovisuales, escritos o de programación).

Como indicador del compromiso de éstas páginas y sus objetivos con la Institución, destacamos aquellas que desde el nombre o en su descripción, resaltan las siglas FBA, UNLP ó, FBA-UNLP.

Por tal razón dividimos a las redes sociales asociadas a la UNLP en dos grupos:

- Los casos oficiales, que sí están hipervinculados al portal web institucional de la UNLP.
- Los casos no oficiales, que no están hipervinculados oficialmente al portal web institucional de la U.N.L.P.<sup>38</sup>

<sup>31</sup> PARDO KUKLINSKI, Hugo (2005). “La noción de intercreatividad en la evolución de Internet y su influencia actual en las aplicaciones web universitarias institucionales y en sus redes de gestión de conocimiento”. Comunicación en el 2do Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria. Universidad de Granada. Consultado en [http://prensa.ugr.es/prensa/dialogo/biblioteca/cdrom\\_cicu/cicu2005/com/com-9.pdf](http://prensa.ugr.es/prensa/dialogo/biblioteca/cdrom_cicu/cicu2005/com/com-9.pdf).

<sup>32</sup> DELEUZE, Guilles, “¿Qué es un dispositivo?”, Texto disponible en: [http://publicaciones.fba.unlp.edu.ar/wpcontent/uploads/2011/08/Qu%C3%A9-es-un-dispositivo\\_GD.pdf](http://publicaciones.fba.unlp.edu.ar/wpcontent/uploads/2011/08/Qu%C3%A9-es-un-dispositivo_GD.pdf).

<sup>33</sup> Primera publicación en el muro de Facebook oficial de la U.N.L.P.: “La gente hace una gran universidad. Si sos un estudiante, profesor, investigador, miembro del personal, de postgrado, padre, vecino o visitante, le invitamos a unirse a la conversación y empujar los límites de los conocimientos existentes”, 1 de marzo de 2010.

<sup>34</sup> GARCIA SANZ, Anna, “Las Redes Sociales como Herramientas para el Aprendizaje Colaborativo: Una Experiencia con Facebook”, Revista RE-Presentaciones. Periodismo, Comunicación y Sociedad. Año 2, Nº 5, julio – diciembre 2008, 49-59.

<sup>35</sup> COBO ROMANI, C. y PARDO KUKLINSKI, H., “Planeta web 2.0. Inteligencia Colectiva o medios fast food. Cap. 4. Un esbozo de ideas críticas sobre la web 2.0”. Grup de Recerca d’Interaccions Digitals, Universitat de Vic. FLACSO México. Barcelona/México DF. 2007.

<sup>36</sup> ORTUZAR, M. Graciela; LÓPEZ CORTES, J. Fernando, “Las redes cibernéticas (Facebook): Del flujo de información de la identidad al flujo de formación de la realidad”. Encuentro Patagónico de Educación y Tecnología. El Calafate, 12 al 14 de Marzo de 2012 /; compilado por María Elena Bain y Andrea Alvarado. - 1a ed. - Río Gallegos: Universidad Nacional de la Patagonia Austral, 2012.

<sup>37</sup> SLIMOVICH, Ana, (UBA-CONICET) “Los comentaristas políticos en Facebook”, Congreso de Periodismo y Medios de Comunicación. FPyCS-UNLP. La Plata, Mayo 2012.

<sup>38</sup> <http://www.facebook.com/profile.php?id=100002319794707>  
<http://www.facebook.com/profile.php?id=100001880186314>  
<http://www.facebook.com/profile.php?id=100001617502768&ref=ts>  
<http://www.facebook.com/profile.php?id=100002473526441&ref=ts>  
<http://www.facebook.com/corodecamarafaunlp?ref=ts>  
<http://www.facebook.com/profile.php?id=100001754832745&sk=wall>  
<http://www.facebook.com/lmmdos.unlp>

Dejamos el estudio en profundidad del primer grupo para otro artículo y nos enfocamos en el estudio del segundo grupo.

### Facebook y la actividad del Capital Social.

¿Cuáles son los signos que indican la oscilación del capital social resultante de la dinámica comunicacional que se da en el uso de Facebook en FBA-UNLP?

La idea de capital social “surge cuando se deja de considerar a los seres humanos como unidades individuales que actúan en el mercado como ofertantes o demandantes de bienes y se atiende a una de sus condiciones fundamentales, son “seres sociales” (y son seres simbólicos<sup>39</sup>), y por ende desarrollan todo tipo de interrelaciones entre ellos, que no son meramente económicas (...) El capital social engloba por lo menos cuatro dimensiones de relaciones entre los seres humanos, ajenas al mercado, de gran peso en la vida concreta”<sup>40</sup>, estas son:

-Confianza. (Al interior de una sociedad u organización), ya sea interpersonal o, hacia las instituciones y los líderes. El bajo clima de confianza disminuye la legitimidad y reduce la gobernabilidad democrática. Un factor clave para que haya confianza en las instituciones es que la gente sienta que hay “juego limpio”.

-Capacidad de asociatividad. (Todo tipo de formas de cooperación y colaboración): “Desde lo vecinal hasta lo internacional. Las sociedades que tienen mayor capacidad de desarrollar formas de colaboración son más eficientes que las sociedades en donde predomina la ley de la selva, en donde las condiciones impulsan el enfrentamiento de todos contra todos para ver quien gana y quien sobrevive”.

-Conciencia cívica: Se expresa en las actitudes positivas o negativas, que las personas de una sociedad tienen frente a lo colectivo y lo público, como ser: la preservación de los espacios de recreación pública, del transporte público, las bibliotecas, las plazas, monumentos. También se refleja en la actitud frente a los impuestos y la magnitud del voluntariado en general.

-Valores éticos predominantes. “El premio Nobel de Economía Amartya Sen (1997) dice: Los valores éticos de una sociedad son parte fundamental de sus activos productivos (...) si sus valores éticos son constructivos – pro desarrollo nacional, pro crecimiento compartido, pro justicia social, pro progreso tecnológico, pro reglas limpias de juego, pro transparencia en el manejo de la gestión pública y la gestión privada - son activos. De no ser así, son pasivos productivos”<sup>41</sup>.

Circunscribimos el análisis de Bernardo Kliksberg a las relaciones entre los seres humanos que atraviesan por una experiencia universitaria, y de modo más específico, al

---

<http://www.facebook.com/fundamentos.mg?sk=wall>  
<http://www.facebook.com/pages/U-Historias-Universitarias/139954889406240>  
<http://www.facebook.com/rec.laplata>  
<http://www.facebook.com/tecnomultimedia>  
<http://www.facebook.com/groups/104310062945582/>  
<http://www.facebook.com/groups/120677295299/>  
<http://www.facebook.com/groups/AAUNLP/members/>  
<http://www.facebook.com/groups/148679558590680/>  
<http://www.facebook.com/groups/395970850434511/>

<sup>39</sup> CASSIRER, Ernest, “Antropología filosófica” (México, Fondo de Cultura Económica, 1ª Ed. Español: 1945). Cap. II “Una clave de la naturaleza del hombre: el símbolo”. 2006.

<sup>40</sup> KLIKSBURG, Bernardo, “Biblioteca Bernardo Kliksberg. ¿Cómo enfrentar la pobreza y la desigualdad? VII Economistas ortodoxos en aprietos. El capital social se puso en marcha, Suplemento especial de Pagina 12. 13 de Noviembre de 2011.

<sup>41</sup> KLIKSBURG, Bernardo, “Biblioteca Bernardo Kliksberg. ¿Cómo enfrentar la pobreza y la desigualdad? VII Economistas ortodoxos en aprietos. El capital social se puso en marcha”, Suplemento especial de Pagina 12. 13 de Noviembre de 2011.

capital social que FBA-UNLP desarrolla en las relaciones mediadas por tecnologías web 2.0, (Facebook). Mediante el análisis de contenido realizado sobre paginas Facebook no oficiales, extraemos indicadores que otorguen valor a la actividad o a la inactividad del capital social universitario.

En relación a la confianza. Desde la gestación, se expresa la actividad de ésta dimensión del capital social en la medida en que los integrantes de la comunidad virtual deciden publicar: biografías, fotos, posturas políticas, datos personales, prácticas profesionales, localización geográfica, amistades, estado civil, estado sentimental, gustos y disgustos (confianza interpersonal). También en la medida en que todo lo referido a la administración de la UNLP es publicado en el portal y por lo tanto las políticas tomadas son pasibles de discusión, revisión y aceptación o no. Las reglas solo pueden ocultarse de modo manifiesto, pues hay una gran facilidad para publicarlas, de no ser así, las reglas se tornan aparentemente fraudulentas. Al presentarse iniciativas políticas como UNLP 2.0 se transparentan aun más las reglas de juego por la variedad de formas de acceso a la información que ésta brinda (Confianza en la Institución).

En relación a la capacidad de asociatividad. Es expresada la actividad de ésta dimensión del capital social por convocatorias, debates, conversaciones, encuentros y construcción de acuerdos de todo tipo, que incrementaron en eficacia y cuantía, a partir de la disolución de las barreras espacio-temporales que caracteriza a las redes sociales en Internet. Es destacable la inmediatez, masividad y eficacia con la que mensajes estratégicamente concebidos, organizan un movimiento sectorial alrededor de alguna causa o una convocatoria a evento. La actividad de la capacidad de asociatividad también es expresada por la facilidad y rapidez con la que se puede expresar la adhesión a una postura ideológica o acción concreta, por ejemplo, con un clic en la opción “me gusta”, sobre proyectos y planificaciones de individuos universitarios. Además, “el muro” permite la publicación de obras y escritos de alumnos, favoreciendo la inserción laboral y la circulación de ideas, además de propiciar un círculo de cooperación en la difusión y multiplicación de la información.

En relación a la conciencia cívica universitaria. La actividad de esta dimensión, es expresada en: Convocatorias para preservar el espacio del comedor universitario; Sugerencias operativas a Departamentos; Reclamos por mas becas y más transparencia en la adjudicación de éstas; En general, la reproducción masiva de mensajes informativos para abrir las posibilidades laborales y productivas a todos los miembros de la comunidad; Sugerencias, aprobaciones y denuncias políticas a nivel nacional y local. Mensajes relacionados a convocatorias de actos públicos (como concursos, catedras libres de Rectorado, congresos, etc.), eventos sociales y, manifestaciones de opinión relacionadas al cuidado de lo publico y colectivo en la Universidad (como la fachada del edificio “ex distrito” o la sede central de FBA-UNLP).

En relación a los valores éticos. Esta dimensión muestra actividad a partir de la propia “arquitectura de la participación”<sup>42</sup> que caracteriza a la web 2.0 en general y específicamente en las redes sociales (Facebook), pues fomenta la construcción de conocimiento de modo colaborativo (pro colaboración intrauniversitaria y coparticipación social). También destacamos devoluciones de objetos perdidos en espacios universitarios (pro honestidad), convocatorias para recolección de fondos en campañas solidarias (pro

---

<sup>42</sup> COBO ROMANI, C. y PARDO KUKLINSKI, H., "Planeta web 2.0. Inteligencia Colectiva o medios fast food. Cap. 5 Aprendizaje colaborativo. Nuevos modelos para usos educativos". Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona/México DF. 2007.



justicia social), comentarios por el mal o buen estado de algún equipo o infraestructura universitaria (pro desarrollo universitario), se debaten modificaciones a las estructuras conceptuales de las cátedras (pro innovación curricular). Se convierte en un espacio para el debate sobre posturas políticas disímiles al interior de la Institución (pro democracia y pro política). Se dialoga sobre trabajos prácticos de cátedra para solucionar diversos problemas como los medios para la producción de éstos (pro cooperación).

En los cuatro casos insiste una práctica universitaria derivada del periodismo ciudadano: El “periodismo amateur universitario”, practicado por docentes y estudiantes sin organización jerárquica<sup>43</sup>, expresado en publicaciones que hacen perceptibles y enunciabiles, acciones y proposiciones relacionadas a la formación universitaria y a otros campos.

Bernardo Kliksberg señala que una característica fundamental del capital social, que lo diferencia del resto de capitales, es que mientras más se usa más crece. Por tal razonamiento, afirmamos que Facebook mediante una adecuada política de apropiación tecnológica, es una herramienta (como pueden ser tantas otras que se conviertan en sitio de radicatoria preferido por las comunidades virtuales) con la que se pueden estimular las cuatro dimensiones del capital social analizadas, mediante el uso continuo de éstas, pero con una adecuada guía docente para que las repercusiones en la realidad concreta (mediante procesos estratégicos de construcción de subjetividades/identidades basados en web 2.0), sean funcionales a los objetivos generales de la Universidad.

De todas maneras estamos lejos de adherir a un determinismo tecnológico, nuestra postura es que el poder de este movimiento socio-tecnológico no está centrado en la tecnología sino, en la conducta y actitud<sup>44</sup> de las personas. Por lo cual es factible que en el futuro Facebook sea remplazado pero, creemos que la práctica social si se extingue, se extinguirá por otros motivos distintos a la extinción de la tecnología en sí misma.

Es común encontrarse frente a la situación de numerosos estudiantes expertos en sociabilizar mediante aplicaciones web 2.0 como Facebook, MySpace, Twitter o YouTube, pero, la cantidad de estudiantes conscientes del potencial formativo y el complejo fenómeno social y comunicativo que se esconde detrás de cada aplicación, es muy reducida. Es tarea de los docentes desarrollar aptitudes para formar a los estudiantes en éste sentido.

Tal como se realizó éste estudio, con un corte en el tiempo, solo puede observarse que las relaciones interpersonales e intercreativas que se dan en las paginas Facebook asociadas a FBA-UNLP, muestran actividad concreta del capital social. Es decir, son un escenario en el que el capital social está en ejecución práctica y por lo tanto en proceso de transformación. Pero para afirmar el crecimiento continuo de éste se requiere un estudio de tipo diacrónico más extenso.

### Conclusiones:

La Universidad Nacional de La Plata se encuentra (al igual que el Estado Argentino) en un momento de implementación de cambios estratégicos en su dispositivo de información,

---

<sup>43</sup> CABALLERO; BERSI; EGOZCUE; VALCARCEL, “El sujeto productor – el sujeto espectador: El 5º poder en la universidad, para la universidad”. COPEM. FPyCS-UNLP. La Plata. 2012.

<sup>44</sup> COBO ROMANI, C. y PARDO KUKLINSKI, H. “Planeta web 2.0. Inteligencia Colectiva o medios fast food. Cap.7 El cierre. Reflexiones hacia una web semántica”. Grup de Recerca d’Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona/México DF. 2007.

con diversas políticas de apropiación tecnológica, transformando el modo en que se comunican y relacionan los individuos universitarios y el modo en que la UNLP se relaciona con otras instituciones.

El dispositivo áulico expandido, es un conjunto de disposiciones expresadas en entornos virtuales comunitarios, que albergan prácticas y discursos vinculados directamente e indirectamente a la experiencia universitaria. Este conjunto de disposiciones es producto de la hibridación del dispositivo áulico y el dispositivo de información en la universidad. Puede migrar de una aplicación a otra, porque lo fundamental está en que los nativos digitales toman la web 2.0, más como una actitud necesaria, que como una tecnología útil. Lo que le da el estatus de entorno de aprendizaje no formal, es la cantidad de información curricular e institucional, de las distintas disciplinas y de la Universidad, puestas a disposición pública por estudiantes y docentes que cumplen el rol de “periodistas amateur estudiantiles” en la nueva forma del dispositivo.

Facebook muestra ser por ahora el espacio virtual favorito y por lo tanto el más óptimo para la práctica del “periodismo amateur universitario”. Es ampliamente la herramienta favorita de las masas estudiantiles y gradualmente va convirtiéndose en una herramienta indispensable para los docentes que desean tener un vínculo comunicativo más fluido con sus estudiantes.

Como señala Bernardo Kliksberg: “a más uso del capital social, más crece éste”, la actividad observada en la comunicación mediada por Facebook, indica la construcción de un rasgo identitario en la población universitaria anclado a la práctica y uso del capital social, por lo tanto, si éste está en uso-actividad de sus cuatro dimensiones, inferimos también que a mediano y largo plazo, el capital social se incrementa (para confirmar completamente ésta afirmación, claramente hará falta un estudio diacrónico).

Finalmente, mediante una estimulación estratégica (por parte de los docentes y la Institución) de determinadas prácticas y conductas y, la circulación estratégica de determinados mensajes y discursos, Facebook - por la masividad, rapidez y facilidad en la publicación - se convierte en un dispositivo estratégico para el desarrollo de las distintas áreas de la Universidad (como por ejemplo la Extensión Universitaria en relación a la enseñanza y la investigación). Además, es una herramienta que, al promover el capital social, incrementa cuali-cuantitativamente las posibilidades de desarrollo de la Extensión Universitaria, por ser aquel uno de los fundamentos para la práctica de ésta.

#### Bibliografía consultada:

-Encuentro Patagónico de Educación y Tecnología. El Calafate, 12 al 14 de Marzo de 2012 /; compilado por María Elena Bain y Andrea Alvarado. - 1a ed. - Río Gallegos: Universidad Nacional de la Patagonia Austral, 2012.

-GONZALES REYES, Rodrigo, “La internet como espacio de producción de capital social: una reflexión entorno a la idea de comunidad informal de aprendizaje”. Revista Mexicana de Investigación Educativa, enero-marzo, año/vol. 14, N° 40, México DF.2009. Pág.175-190.

-SCOLARI, Carlos. “Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales”. Barcelona: Gedisa Editorial. (2004)

-GARCIA FANLO, Luis, “Sobre usos y aplicaciones del pensamiento de Michel Foucault en Ciencias Sociales”, en Discurso y Argentinidad, Año 2, Número 2, Buenos Aires.

-WILLIAMS, Rosalind (2004). Cultura y cambio tecnológico: el MIT. Madrid: Alianza.

- FREIRE, Paulo, ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural, Buenos Aires, Siglo XXI, 1973.
- KLIKBERG, Bernardo; "Más Ética, más Desarrollo"; Ciudad de Buenos Aires, Argentina; Temas Grupo Editorial SRL; 2008.