

## **TRABAJO INTEGRADOR FINAL**

¿Qué hace un editor en mi laboratorio?

Diagnóstico, capacitación e instructivo sobre edición de contenidos científicos para  
*social media*.

**Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

**Especialización en Edición**

**Nombre del Director:** Lic. Natalia Ferrante

**Nombre del Co-director:** Dra. Diana Cazaux

**Alumna:** Cecilia Mazzaro

**Fecha de entrega:** 7/2017

## RESUMEN

El presente trabajo consiste en la planificación y desarrollo de una propuesta de capacitación y producción sobre la edición de contenidos para *social media* (blogs, micro blogs, redes profesionales, redes sociales, foros, etcétera), destinada al equipo de trabajo que integra el Laboratorio de Investigación de Lazos Socio-Urbano de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (LILSU-FPyCS-UNLP). Considerando que dicho equipo realiza actividades e investigaciones sociales vinculadas a contextos y grupos urbanos, interesa a esta propuesta brindarle las herramientas para discutir y potenciar el intercambio de información por parte de los distintos públicos que compromete en sus investigaciones, desde la comunidad académica iberoamericana estudiosa o interesada en estos temas, hasta referentes de organizaciones sociales.

Concretamente, presento la memoria y los resultados de tres instancias de trabajo:

- a) las jornadas de diagnóstico, capacitación y evaluación desarrolladas a los fines de este proyecto;
- b) el instructivo (libro o manual de estilo) que resultó de dicha capacitación y que orienta la edición de contenidos para *social media*; y
- c) el desarrollo inicial de las plataformas virtuales elegidas.

La capacitación (a) es el espacio de discusión, enseñanza y consenso de los ejes de este trabajo; el instructivo (b) tiene como finalidad el presentar las redes sociales desde el punto de vista de la edición y los roles y procesos referidos a su gestión; el desarrollo de un sitio web y redes sociales (c), es la herramienta didáctica para enseñar las herramientas y avances de la propuesta, así como una plataforma concreta para evaluar la dinámica de trabajo de edición aprendida y, con ello, la capacitación y materiales presentados.

Dado que esta propuesta involucra una intervención específica, que articula la teoría con las prácticas del ámbito donde se quiere implementar la capacitación y el instructivo, y en concordancia con un estado de arte que no registra experiencias o producciones semejantes, este TIF redunda en un aporte innovativo a una área de vacancia en el campo de especialidad de la carrera.

Por todo lo dicho se considera también como una finalidad de este proyecto, la posibilidad de que los materiales aquí generados puedan ser utilizados por espacios de trabajo similares al LILSU cuya producción se ve muchas veces invisibilizada por no contar con los recursos humanos y materiales para establecer los mejores canales de diálogo que ayuden a potenciar su comunicación con los actores que forman parte, directa o indirectamente, de sus investigaciones.

## ÍNDICE

<b>Descripción del proyecto y justificación de su relevancia</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos del Trabajo</b>	<b>7</b>
<b>Marco conceptual</b>	<b>8</b>
<b>Marco metodológico</b>	<b>16</b>
<b>Propuesta de capacitación</b>	<b>19</b>
Introducción y objetivos de la capacitación	19
Fundamentos teórico-metodológicos de la propuesta pedagógica	20
Diagnóstico del espacio de trabajo. Recursos humanos y técnicos.	21
Planificación de encuentros	26
Propuesta de evaluación	28
<b>Memoria de la capacitación</b>	<b>30</b>
<b>Propuesta del instructivo</b>	<b>45</b>
Algunos principios didácticos del producto	45
Propuesta estética y diseño	46
Gestión de contenidos	48
Presupuesto	49
Propuesta de evaluación	51
<b>Memoria del proceso de construcción del instructivo</b>	<b>52</b>
<b>¿Qué hace un editor en un laboratorio? Resultados del experimento</b>	<b>56</b>
Evaluación del lugar del editor en el laboratorio	56
Los resultados de la capacitación como diagnóstico del instructivo	57
Los resultados del instructivo como guía para la web y los <i>social media</i>	59
Los <i>social media</i> como herramientas para la comunicación de la ciencia	60
<b>Bibliografía</b>	<b>62</b>
<b>Anexos - Textos editados para la web</b>	<b>65</b>

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN DE SU RELEVANCIA

En la FPyCS, actualmente existen Observatorios, Laboratorios, Centros y un Instituto, pero en 2011 sólo el LILSU estaba reconocido como Laboratorio por la facultad y no había en la UNLP otros laboratorios en áreas semejantes dentro de las Ciencias Sociales<sup>1</sup>. Incluso hoy, cada una de estas unidades se encuentra en mayor o menor estado de consolidación y algunas en proceso de formalización de sus actividades.

Este dato es relevante a la hora de plantear los posibles alcances del proyecto, ya que evidencia una tendencia creciente pero aún incipiente en la formalización de este tipo de unidades dentro de las ciencias sociales y, por ende, la experiencia del LILSU puede ser de utilidad para otros equipos y facultades vinculados a estas disciplinas como un aporte en modelos y productos alternativos para gestionar la comunicación de los resultados de sus investigaciones. Recordemos que un laboratorio se define, entre otras cosas, por la cantidad de integrantes en torno a su categoría de investigador y los alcances de sus objetivos, con lo cual es probable que todos los laboratorios tengan un perfil semejante y que, por ejemplo, ninguno cuente con un profesional específico de la comunicación digital o de la comunicación de la ciencia, ni con la posibilidad de otorgar una dedicación exclusiva a un recurso humano para que desarrolle estas tareas.

En lo que se refiere específicamente al LILSU, esta unidad se inicia cuando en 2006 empieza a desarrollar investigaciones vinculadas al estudio de clubes sociales, tema sobre el que hasta el momento sólo había hallado el análisis de Emir Reinato y Jorge Troisi Melean (2002) sobre los clubes platenses “Reconquista” y “Unión Vecinal”. Dicho trabajo representó un aporte a los intereses de la investigación, pero su mirada se reducía a la reconstrucción de la historia de ambos clubes, perdiendo la dimensión que cobra la institución como organización intersticial que lleva la impronta comunitaria/vecinal desde su gestación. En consecuencia, se constituyó el único grupo dedicado a la investigación de los Clubes Sociales en la ciudad de La Plata, Berisso y Ensenada y luego, con el Laboratorio ya conformado, a las agrupaciones sociales autoconvocadas no partidario-gubernamentales de esa misma región.

Los integrantes del laboratorio tienen mucha capacidad de producción en torno a sus proyectos de extensión, investigación, docencia y transferencia, pero su dedicación no

---

<sup>1</sup> Respecto de la totalidad de unidades de investigación de la UNLP, se toman como fuente los datos recabados hasta el año 2007 para el Informe de Evaluación Externa de la Universidad Nacional de La Plata publicado por la CONEAU en 2010 (Pág. 116). En esta evaluación se expresa que de la totalidad de unidades de investigación de la UNLP (141), 58 eran laboratorios, repartidos entre las facultades de: Ciencias Agrarias y Forestales (3), Ciencias Astronómicas y Geofísicas (1), Ciencias Económicas (1), Ciencias Exactas (19), Ciencias Médicas (3), Ciencias Naturales y Museo (10), Veterinaria (7), Informática (2) e Ingeniería (12).

les exige aprender a gestionar plataformas virtuales complejas o sencillamente desconocidas. Con todo, estos investigadores han manifestado en diversas ocasiones su necesidad de explorar herramientas que les permitan no sólo el contacto y difusión entre pares científicos sino sobre todo con agentes de la sociedad, individuales o colectivos, con los que trabajan en sus proyectos. Existen, sin embargo, ciertas particularidades de este grupo que han dificultado hasta el momento concretar dicho objetivo: son recursos variados en cuanto a formación —principalmente en áreas de la Antropología, la Comunicación Social y el Arte—, lo que hace que cada uno ya tenga asignada alguna tarea concreta; están sobrecalificados, en el sentido de que el promedio de carreras universitarias entre estos recursos es de 2.5, con lo cual no es viable exigirles otra formación específica para el desarrollo de este proyecto; y, más allá de sus dedicaciones formales, sólo la mitad trabaja únicamente en la facultad, mientras que el resto tiene, además, otro empleo.

No menos importante es considerar a los destinatarios de la producción del LILSU, esto es, a la propia comunidad de referencia. En este sentido, los interlocutores de sus actividades comprenden a referentes de instituciones barriales (clubes, asociaciones civiles, etcétera), clase media habitante del casco urbano, vecinos de zonas marginales y socialmente vulnerables pero que han tejido fuertes lazos comunitarios, estudiantes de escuelas secundarias provenientes de ambos tipos de población, agrupaciones autoconvocadas y referentes del Estado. Pero también son destinatarios de interés los académicos y centros de investigación afines a la temática del laboratorio, ya que mantener el intercambio de ideas con pares científicos enriquece las perspectivas y posibilita concretar el interés en realizar trabajos interinstitucionales. Con todos ellos y dependiendo su relación con las nuevas tecnologías, se ha buscado mantener el contacto más allá de la finalización de la actividad académica específica, por lo que contar con canales institucionales y de visibilidad permanente potenciaría estos lazos tan relevantes para el LILSU.

Actualmente, el laboratorio tiene un espacio en la página web de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, pero este no responde completamente a los intereses de visibilidad del equipo ya que si bien es una plataforma fácil de gestionar, sus contenidos se ven limitados a lo requerido por la Secretaría de Investigaciones de la facultad, mientras que las posibilidades de diseño se limitan al estilo del resto de la web<sup>2</sup>. Sumado a esto, para acceder a la información de este laboratorio desde la

---

<sup>2</sup> Se ha relevado con detalle todas las unidades de investigación que posee actualmente la facultad, encontrándose que algunas han preferido establecer un enlace a sitios web propios, que pueden tratarse tanto de blogs como páginas web. Tales unidades y enlaces son: el Centro Anibal Ford ([www.centroanibalford.com.ar](http://www.centroanibalford.com.ar)), el IICOM ([www.perio.unlp.edu.ar/iicom](http://www.perio.unlp.edu.ar/iicom)), el CILE ([www.cile.perio.unlp.edu.ar](http://www.cile.perio.unlp.edu.ar)), el CIEPYC ([www.ciepyc.org](http://www.ciepyc.org)), el Observatorio de Jóvenes

página principal ([www.perio.unlp.edu.ar](http://www.perio.unlp.edu.ar)), deben clickearse dos y hasta tres links, sin contar las pestañas y enlaces propios del LILSU.

Este sitio institucional linkea además a un sitio en Facebook que resultó de un proyecto de extensión desarrollado en 2011. *Participar para registrar* fue una herramienta de comunicación de gran utilidad para el equipo de investigación mientras duró el proyecto y aún después de finalizado el mismo, ya que en él se publicaban noticias sobre clubes sociales, actividades e intercambios con la comisión directiva y socios del club específico con el que se había trabajado entonces, publicidad y resultados de las actividades con las que se buscó “replicar” esa experiencia exitosa en otro club, etcétera. Tal sitio tuvo la virtud de visibilizar el trabajo a la vez que recababa datos y contactos que fueron de utilidad para actividades subsiguientes, y a la vez significó la primera experiencia del equipo en producir y diseñar para un medio de comunicación específico, con una responsable general. Es importante entonces rescatar lo aprendido de esta experiencia, adaptándola a las nuevas decisiones respecto de la identidad de los productos mediáticos y el estilo y normas de publicación, pero recuperando el ejercicio y hábito de escribir generado entonces, además de los contenidos allí vertidos.

Por todas las características expuestas en torno al contexto de origen del producto (universidad pública) y dados los destinatarios presentados, se prevé que los materiales resultantes de este proyecto de profesionalización sean sin fines de lucro. En este sentido, será pertinente aprovechar los canales de comunicación establecidos por la propia institución (universidad y/o facultad), para promocionar su existencia y otorgarle la visibilidad deseada. Por su parte, el instructivo tendrá una circulación interna al grupo de investigación, pero también se procurará que el mismo, como parte de la propuesta de profesionalización de una unidad de investigación de la facultad, sea conocido por integrantes de otros equipos que así lo requieran, a fin de que eventualmente se puedan también compartir estrategias para solucionar problemáticas de espacios afines.

---

([www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes](http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes)), el Observatorio de Comunicación y Salud ([www.perio.unlp.edu.ar/observatoriocomunicaciónysalud](http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriocomunicaciónysalud)) y el Observatorio de Medios y Género ([www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodemedios-genero](http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodemedios-genero)).

---

## OBJETIVOS DEL TRABAJO

### Objetivo general:

Planificar y desarrollar una propuesta de capacitación y producción sobre la edición de contenidos para *social media* destinada al equipo de trabajo que integra el Laboratorio de Investigación de Lazos Socio-Urbanos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (LILSU-FPyCS-UNLP), a fin de potenciar el intercambio de información por parte de los distintos públicos que compromete en sus investigaciones.

### Objetivos específicos:

- Desarrollar una propuesta de profesionalización destinada a los integrantes del LILSU que contemple jornadas de diagnóstico y capacitación en el uso de *social media*;
- Generar un breve instructivo para los integrantes del laboratorio que sintetice acciones, roles, procedimientos y estilos para la edición y publicación de contenidos en las nuevas plataformas;
- Analizar los límites y alcances de las herramientas que poseen los *social media* desde el punto de vista de la edición;
- Recuperar y/o generar espacios propios del LILSU en las redes sociales y articularlos de forma acorde a los contenidos y destinatarios producidos y deseados;
- Otorgarle una identidad unificada y reconocible a los materiales producidos por el LILSU, tanto en los canales de comunicación existentes como los que resulten de este proyecto;
- Incentivar la producción de contenidos por parte del equipo de investigación del LILSU en torno a sus diversos proyectos de extensión, investigación, docencia y transferencia con la incorporación de elementos periodísticos que faciliten su aprehensión por parte de públicos no especializados (infografías, cuadros sintéticos o notas de color, entre otros);
- Fomentar el diálogo con referentes de organizaciones sociales de la comunidad con los que trabaja el laboratorio, a fin de diagnosticar de forma permanente la recepción de sus proyectos;
- Promover el uso de *social media* como espacios de intercambio y acuerdos interinstitucionales para realizar trabajos donde se aplique lo investigado.

## MARCO CONCEPTUAL

El uso y estudio de páginas web y redes sociales no es ya novedoso para la academia ni para la sociedad, pero aunque muchos investigadores también utilizan estos medios en su vida personal, no los han incorporado ampliamente a sus espacios de trabajo. En contraposición con esta tendencia, los especialistas en comunicación digital resaltan los grandes beneficios de visibilidad que implican, ya que “los Social Media multiplican este efecto de tal manera que puedes conversar individualmente con todos tus clientes de forma única y personalizada. Utilizo el verbo ‘conversar’ no casualmente. Los Social Media son herramientas de comunicación donde se escucha y se habla (Chema Martínez-Priego, 2009: 103-104).

En este sentido, incorporar diferentes espacios dentro de lo que habilitan los *social media*, puede ser una gran herramienta para potenciar todos los diálogos que sea posible y deseable establecer desde el LILSU con sus diversos interlocutores.

De hecho, este laboratorio ya ha incursionado anteriormente en las redes sociales, entendiendo que

son servicios que ofrecen un espacio virtual para escribir y compartir contenidos multimedia con personas de intereses similares, que contribuyen a fortalecer las redes sociales; en su mayoría son gratuitas y de fácil uso. La popularidad de estas tecnologías ha ido a la par de un aumento en los niveles de intercambio de contenidos a través de la Red; esto ha hecho de la Web un medio más social en el que se produce y se consume información pero también sirve para comunicarse, entretenerse y compartir (Macías & Michán, 2009: 22).

De igual manera surgió la necesidad de aprovechar el espacio que se le otorga a las unidades de investigación desde el sitio oficial de la facultad, considerando armar una página web con mayores posibilidades técnicas y de diseño. En efecto, tal como señalan los especialistas en la materia, esto permite “obtener feedback, descubrir el comportamiento de tus consumidores y realizar acciones de seguimiento de conversaciones (Cortés, 2009: 111).

Salvando las distancias que existen entre estas citas —donde se trabaja el marketing en relación con los consumidores, lo que es distinto al diálogo de los investigadores del LILSU con actores de la sociedad—, estas definiciones aportan ideas claras para pensar productos destinados, justamente, a visibilizar diversos tipos de producciones.

El presente trabajo presupone el análisis conceptual de algunas cuestiones que permiten situar y entender más claramente el contexto en el que se inserta la propuesta, y las necesidades (entendidas como demandas, problemáticas y carencias) que hacen que en una unidad de investigación social sea pertinente el uso de un tipo



específico de canales de comunicación -los *social media*- y urgente su capacitación en términos de escritura y edición. Tales cuestiones son:

1. Qué hacemos: el vínculo entre nuestro trabajo y la comunidad;
2. Cómo contamos lo que hacemos: la comunicación de la ciencia para públicos especializados y no especializados.
3. Qué herramientas proponemos: los *social media* en la universidad.
4. Cómo pensar un instructivo para medios sociales.

### **1. Qué hacemos: el vínculo entre nuestro trabajo y la comunidad**

Es una característica particular de este laboratorio su orientación hacia las ciencias sociales. En este caso el impacto social es más una consecuencia lógica que una búsqueda programada. Sin embargo, este impacto no se corresponde necesariamente con la idea de influir en el mercado; la idea de “innovación” (muy ligada a la transferencia) ni siquiera se menciona en el documento de creación del laboratorio o en entrevistas realizadas a sus integrantes<sup>3</sup>, pero en cambio se habla de la necesidad de reflexionar desde el lugar académico sobre problemáticas e instituciones sociales. En primera instancia entonces, esto indica que el valor de las ciencias sociales está en identificar, analizar y clarificar problemas que ante una mirada no académica pueden aparecer como cuestiones contradictorias y sobre todo, insalvables. La reflexión académica otorga así visibilidad y posibilita la resolución de demandas de la comunidad.

Por otro lado, constituirse como un laboratorio significa responder a las funciones de la universidad, es decir que sus acciones y reflexiones estarán ligadas a proyectos de extensión, investigación, docencia y transferencia. Entre estos puntos, la docencia y la investigación suelen ser los más claros en cuanto a qué se hace y a quiénes están dirigidas las propuestas, pero hablar de la transferencia y la extensión requiere establecer ciertos alcances y limitaciones entre ambas. Tal como dice la socióloga Rosalba Casas, “el papel de los académicos en las universidades está sometido a una considerable revisión, para equilibrar y lograr un balance en la enseñanza, la investigación y su participación en actividades de innovación y transferencia de conocimientos” (2001: 68).

Los mecanismos de transferencia están concebidos, originalmente, desde las ciencias naturales o exactas y, ciertamente, la mayor parte de las unidades de investigación con carácter de laboratorio pertenecen a esas disciplinas. A su vez, la institución que

---

<sup>3</sup> Estos conceptos han sido debatidos hacia adentro del equipo del LILSU y en presentaciones a congresos de la autora de este proyecto, entre los que se refiere aquí específicamente a los resultados del trabajo presentado en octubre de 2014 para el Congreso de Comunicación Pública de la Ciencia (COPUCI), desarrollado en la UNSAM, Buenos Aires.

contiene espacios formales y específicos de transferencia suele ser la universidad más que de sus dependencias.

La diferencia entre transferencia y extensión reside en que mientras la primera implica abrir espacios para comunicar las investigaciones realizadas —especialmente a los pares investigadores—, y coordinar su aplicación con agentes del mercado, la esencia de la extensión es transformar una determinada situación social pero considerando siempre las contribuciones y el intercambio que la comunidad de referencia tiene con los propios investigadores. En este contexto ubicamos algunos éxitos en torno a las propuestas de extensión y transferencia desarrolladas desde que se formalizó el LILSU en la UNLP, tales como el proyecto “Participar para registrar” de 2011 y los 24 meses de la capacitación con “Entrenando clubes” (2012-2013), respectivamente.

Esto es fundamental para establecer la posición del laboratorio ante la comunidad como unidad de investigación que trabaja fuertemente la idea de ciudadanía y los sujetos que la competen. En especial, y utilizando un concepto de Jiménez-Domínguez (2008), interesa el “énfasis en la educación ciudadana, en experiencias participativas y en aprendizajes liberadores que contribuyan a crear las condiciones y tecnologías ciudadanas transformadas en prácticas que preparen a los integrantes de la sociedad y despierten su interés en la gestión pública como un asunto de todos, tanto en el nivel comunitario como en el social y el político, en la marcha sin furia, como lo propone Fals-Borda, hacia una democracia participativa y una ciudadanía global” (:82).

## **2. Cómo contamos lo que hacemos: la comunicación de la ciencia para públicos especializados y no especializados**

En lo que refiere a la comunicación de la ciencia, se rescatan trabajos académicos realizados desde 2008, en los que se analizaron diferentes conceptos con los que se comprende la vinculación entre ciencia y sociedad<sup>4</sup>. En todos ellos es factible (cuando no inevitable), la participación de un investigador, profesional o especialista en la temática a comunicar. Considerando entonces que los profesionales del LILSU pueden desarrollar distintas propuestas en torno a la comunicación de sus resultados, para este proyecto se evaluó la pertinencia de cada una de ellas teniendo en cuenta la

---

<sup>4</sup> La totalidad de conceptos analizados incluye los siguientes: divulgación, popularización, comunicación pública de la ciencia y la tecnología, periodismo científico, diseminación, difusión, enseñanza de las ciencias, cultura científica, alfabetización científica, percepción pública de la ciencia y déficit cognitivo. Estos debates están disponibles siguiendo el detalle que se expresa en la bibliografía de la autora de este trabajo (2010, 2012), y muy especialmente en los trabajos *Citas urbanas con la transferencia y la extensión* (2014), y *¿Dónde está la ciencia cuando más la necesitamos? Análisis comunicacional de las estrategias desarrolladas por la Universidad Nacional de La Plata frente a la inundación de la ciudad ocurrida el 2 de abril de 2013* (2013).

actividad de origen, los contenidos seleccionados, el público al que se los quiere comunicar y la finalidad de esta comunicación. De esta manera, fue útil para la etapa de diagnóstico, proponer las ideas de: diseminación, difusión, periodismo científico, divulgación, alfabetización científica y comunicación pública de la ciencia y la tecnología.

A fin de explicitarlo brevemente, recordaremos aquí que por “diseminar” Antonio Pasquali identifica el proceso de comunicación entre pares y lo define como “el envío de mensajes especializados a receptores selectivos y restringidos” (Pasquali, 1980: 200-201). En una propuesta más amplia y general tanto en público como en lenguaje el mismo comunicador venezolano comprende el término “difundir” como “el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo receptor disponible en una unidad geográfica, socio-política, cultural, etc.” (Pasquali, 1980: 200).

Por su parte, el español Manuel Calvo Hernando refiere al periodismo científico como el “género periodístico que consiste en divulgar la ciencia y la tecnología a través de los medios informativos de comunicación de masas” (1982: 19). El mismo autor distinguía este tipo de periodismo de la “divulgación” por entender que ésta tiene un mayor ámbito de injerencia, “ya que comprende todo tipo de actividades de ampliación y actualización del conocimiento, con una sola condición: que sean tareas extraescolares, que se encuentren fuera de la enseñanza académica y reglada.” (Marco y Lizcano, 2003).

La alfabetización científica no apunta tanto a contenidos de rigor académico sino que “constituye el conocimiento que necesitamos para comprender temas públicos” (Hazen y Trefil, 1997: 46). Es decir, según estos autores no implica el aprendizaje de saberes específicos y detallados pero sí los mínimos indispensables para participar en una sociedad del conocimiento.

Finalmente, la Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología (PCST, por sus siglas en inglés) definida por Fayard, Catapano y Lewenstein (2004) cuenta con un triple objetivo político, cognitivo y creativo tendiente a reunir a científicos y no-científicos mediante la construcción de vínculos entre la ciencia y la sociedad, capacitando a las audiencias no especializadas para integrar estos conocimientos específicos en su vida cotidiana.

Entre estas seis ideas las discusiones promovidas en la etapa de diagnóstico con los integrantes del LILSU determinaron que el equipo hace diseminación a través de otros canales de comunicación con la universidad (como es la presentación de informes de proyectos o el pedido de subsidios), con lo cual no se considera provechoso utilizar esta forma en los nuevos espacios de comunicación; del periodismo científico se

rescata la especificidad de trabajar con medios de comunicación y las características discursivas del periodismo, pero se descarta convertir el sitio web o sus redes sociales en un medio informativo propiamente dicho; la idea de divulgación requirió plantearse en qué instancia se la realiza, concluyéndose que se divulga por ejemplo al desarrollar talleres en los barrios, pero cuando se comunica lo que se hizo en esos talleres se hace difusión. Finalmente, las ideas de alfabetización científica y comunicación pública de la ciencia y la tecnología resultaron ser las más afines a la posición ideológica y didáctica que atraviesa las acciones del laboratorio, porque ambas implican promover la participación ciudadana de las personas, utilizando el conocimiento como herramienta de acción y reflexión de la vida cotidiana.

¿Cómo se vincula esto con la edición de contenidos científicos en medios sociales?

En principio es indispensable aclarar que no se piensa en los *social media* sólo como espacios de difusión, sino como herramientas para la comunicación pública de la ciencia que se produce desde las actividades propuestas por esta unidad (docencia, investigación, extensión y transferencia). Esto requiere generar mínimos hábitos de producción y edición que sean consecuentes con un medio del cual no sólo se espera que sea leído sino que funcione como canal de diálogo e insumo de información para futuros proyectos. Esto refiere, por ejemplo, a las percepciones de la comunidad con la que se trabajó en un proyecto X, a la posibilidad de contacto con instituciones académicas que trabajen la misma temática, a la disponibilidad de materiales didácticos que faciliten la aprehensión de conceptos teóricos centrales del laboratorio por parte de un lector general, entre otros.

Como sostiene el profesor colombiano Germán Rey, “los medios son escenarios de representación de lo social y a la vez lugares de circulación de puntos de vista, de sistemas más o menos plurales de interpretación” (2000: 1). Llevado a los medios sociales, se percibe aquí un foco especial en que estos no sólo transmiten contenidos, sino que son síntoma de lo que le ocurre o quiere expresar la sociedad. En la diversidad que esto adeuda, planificar un producto mediático implica mucho más que pensar contenidos, porque requiere sensibilidad e inteligencia para antes diagnosticar tanto la existencia y carácter de los medios, como la percepción que sobre ellos tiene la población hacia la cual queremos dirigir nuestra propuesta.

### **3. Qué herramientas proponemos: los *social media* en la universidad**

Una búsqueda de bibliografía actual sobre el uso de los *social media* en las universidades arroja reiteradamente la pregunta sobre por qué dichas instituciones deberían incorporarse al mundo digital de las redes sociales. Algunos artículos señalan los enormes beneficios que esto tiene en relación a captar más alumnos,

---

mediante la oferta directa de información por las vías usuales de comunicación de los estudiantes, quienes además tienden a usar estas redes para realizar sus consultas, antes que las instancias personalizadas. El director de comunicaciones de la Universidad de Cambridge, Barney Brown, señala en este sentido que su “estrategia digital les ha brindado un aumento de sus seguidores en Facebook de un 400% en el lapso de unos pocos meses” (Universia, 2016).

Sin embargo, este tipo de documentos tiende a concebir la relación universidad-redes sociales como una ventaja competitiva en términos de marketing, lo que cobra importancia en desmedro de un análisis social de estas tecnologías. Es decir, se tiende a potenciar el aprovechamiento de los *social media* por parte de la universidad, antes de diagnosticar qué necesidad o demanda cubre esa oferta. Esto que es tan común en las estrategias de mercado (generar la necesidad de comprar algo que no sabíamos que necesitábamos), no es un lujo que pueda darse una universidad pública que debe orientar sus finanzas a mejorar su calidad educativa, antes que venderla mejor tal y como está.

A pesar de ello, dado el diagnóstico efectuado para este trabajo y una vez tomada la decisión de utilizar estas redes, la indagación sobre material actualizado arroja algunas pautas de trabajo (normalmente presentadas como “consejos para tener una web exitosa”), que refieren no sólo a las características específicas de estas tecnologías, sino a las condiciones en que las mismas exhiben su máximo potencial<sup>5</sup>.

Por ejemplo, un sitio web se verá fortalecido si:

- Presenta los productos o servicios más exitosos, o las características más interesantes para el público, de entrada.
- Ofrece información valiosa y gratuita.
- Está pensado desde una estrategia global de contenidos, imagen, objetivos, acciones y resultados del organismo que representa.
- Establece resultados realistas en el corto, mediano y largo plazo.
- Trabaja el diseño y la comunicación de la empresa o institución.
- Piensa en el usuario, de manera que el sitio sea útil, fácil de navegar, intuitivo y práctico. Siempre incluye en todas las páginas un enlace a la home page (la primera página). Todo esto tiene mucho que ver con el término “usabilidad” (del

---

<sup>5</sup> Para hacer esta síntesis se tuvieron en cuenta una serie de artículos seleccionados por: quién lo publica (que proviniera de fuentes dedicadas a la búsqueda y recuperación de contenidos en la web, tales como Wikipedia —<http://es.wikihow.com/crear-una-p%C3%A1gina-web-exitosa>—, o Google —<http://rpp.pe/tecnologia/mas-tecnologia/google-brinda-tips-para-tener-una-pagina-web-exitosa-noticia-575300>—), profundidad del análisis en relación a parámetros de edición (se descartaron aquellos que ofrecían “tips” sin fundamentación) y, desde luego, la afinidad temática: que refiriera a la gestión de web institucionales (como Universia —<http://noticias.universia.com.ar/ciencia-nn-tt/noticia/2012/09/19/967450/8-formas-efectivas-promocionar-blog.html>—), o empresariales en su defecto, pero no sobre sitios personales.

inglés *usability*), que se refiere a la facilidad con que los usuarios pueden realizar tareas que sean útiles para ellos.

- Fomenta la interactividad de la web para implicar al público potencial con la institución y sus productos.
- Establece herramientas para evaluar los resultados de las acciones de comunicación: ya sea la suscripción a un *newsletter*, el vínculo directo del usuario mediante los formularios de contacto o la difusión de la web a través de las redes sociales para conseguir visibilidad, con los testimonios de sus clientes satisfechos.
- Se actualizan periódicamente.

Aunque estos consejos son ilustrativos del manejo potenciado de un sitio web, es importante rescatar lo que Rafael Juárez sostiene en su artículo *10 Claves para tener un sitio web exitoso* (2016): ningún sitio triunfa si no incorpora inicialmente las tareas de diagnóstico y planificación, así como la producción y el diseño creativo de la información. Además, su vigencia en el tiempo y la actualización periódica requerirán armar un equipo de trabajo que conozca a fondo los objetivos de este proyecto y, en ese sentido, es fundamental establecer consensos y capacitar a los recursos disponibles para llevar a cabo todas estas tareas. Con esa finalidad, este trabajo contempla la producción de un instructivo.

#### **4. Cómo pensar un instructivo para medios sociales**

El instructivo previsto entre los objetivos específicos de esta propuesta fue redactado teniendo en cuenta los tipos de *social media* que eligió el grupo de investigación. En este sentido, se pensó en un documento breve que tenga las características de lo que los especialistas en marketing denominan “Libro de estilo”:

De la misma forma que una marca tiene su guía de estilo, un marco de referencia que recoge las normas mínimas del uso gráfico de una imagen, los responsables de comunicación directa con los clientes deben tener un libro de estilo [...] Un libro de estilo para responsables de una comunidad de marca debe recoger una serie de anotaciones referentes al tono en la comunicación, los protocolos de actuación empresa-usuario, los tiempos de respuesta máximos y los criterios de moderación (Chema Martínez-Priego, 2009: 150).

Recurriendo a definiciones más propias del campo de la edición, se entiende aquí “el vocablo ‘estilo’ en su sentido técnico restringido de conjunto de recomendaciones destinadas a la normalización de los textos impresos. Se trata, sencillamente, de ponernos de acuerdo sobre algunos detalles que suelen dar lugar a dudas y consultas

entre quienes, de un modo u otro, ejercen los oficios de escribir y publicar” (Dirección General de Publicaciones: 5).

Es válido aclarar que se procuró mantener un lenguaje específico pero divulgativo, esto es, que no por adaptarse a públicos no-académicos vacíe de sentido los resultados de la propia investigación. Al efecto, y tal como fue presentado en los objetivos, se incentiva la producción de contenidos por parte del equipo de investigación del LILSU en torno a sus diversos proyectos de extensión, investigación docencia y transferencia con la incorporación de elementos periodísticos que faciliten su aprehensión por parte de públicos no especializados (infografías, cuadros sintéticos o notas de color, entre otros).

Teniendo en cuenta estas consideraciones y el marco de acción descripto en los puntos 1 a 3, encontramos que un instructivo en medios sociales debe contener de manera sintética los posicionamientos ideológicos sobre los contenidos a comunicar, los consensos de estilo y las pautas editoriales con las que se trabajarán y corregirán dichos contenidos, y las explicaciones técnicas sobre cómo incorporarlos a los distintos *social media* elegidos.

## MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo implicó reunir, evaluar, adaptar y redefinir cuando hizo falta, los materiales y acciones realizados por los integrantes del LILSU, a fin de analizar sus vías de comunicación y la visibilidad de su trabajo. Esto se hizo además con la intención de aprovechar los productos y recursos ya desarrollados, pero a su vez con la misión de publicar contenidos bajo una identidad unificada y reconocible en todos los materiales que se editen en el laboratorio.

En este sentido, pueden sintetizarse las herramientas metodológicas utilizadas organizándolas en, al menos, seis etapas: entrevistas y diseño de la propuesta (incluye identidad del laboratorio); análisis de *social media*; diagnóstico y capacitación del grupo de investigadores; diseño y construcción de los medios sociales elegidos; producción del instructivo y sistematización de la memoria del proceso.

En primera instancia, el relevamiento de información sobre las condiciones técnicas existentes y posibles para incorporar plataformas como la pretendida en este proyecto, significó el reconocimiento de los espacios institucionales vinculados a esas tareas: la Secretaría de Vinculación Tecnológica (por toda la cuestión informática implicada), a los Licenciados en Comunicación Visual de la facultad (por su conocimiento de las pautas de diseño institucional) y la Dirección de Publicaciones Científicas (que gestiona normas para revistas académicas de la casa), dando siempre cuenta de que no se trabajará para publicar artículos científicos. En este aspecto fue imprescindible considerar cuáles son las funciones, límites y posibilidades inherentes al establecimiento de un espacio de divulgación para las unidades de investigación, a fin de que los encargados de gestionarlos tengan el conocimiento de las pautas y procedimientos a seguir para su desarrollo. Por ejemplo, se averiguó si al momento de generar un blog para un centro de investigación debían sus integrantes diseñar su propia marca o esto recaía en determinados profesionales de la institución, si había que solicitarle a la SeViT algún tipo de colaboración técnica, o si era necesario que los textos respondan a normas editoriales de la facultad, que puedan ser indicadas por la DPC. Las mencionadas inquietudes me condujeron a dialogar con los referentes de dichas áreas para resolver éstas y otras preguntas similares, y en algunos casos, tal como se menciona en el punto 4, a establecer un programa de trabajo paralelo al desarrollo de este TIF, como el que se necesitó al rediseñar el logo del laboratorio<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> En este punto fueron especialmente valiosos los aportes de los Licenciados en Comunicación Visual Eugenia Rojido (de la Dirección de Publicaciones Científicas), y Víctor Viale que, junto con Soledad Ireba me guiaron en el proceso de rediseño del logo del LILSU, sobre el cual presenté un Informe a modo de trabajo final del Seminario pertinente cursado en el marco de la Especialización en Edición. Respecto de los temas vinculados a la SeViT, valoro el contacto



En segundo término, analicé las herramientas y modos de gestión de *social media*, a fin de determinar cuál era la más pertinente para alcanzar los objetivos deseados. Para ello fue indispensable conocer dichas herramientas y establecer su utilidad, tanto como establecer y sintetizar las normas de publicación que ellas habilitan a fin de decidir con el grupo aquellas deseadas para el sitio en construcción.<sup>7</sup>

Un tercer punto fue organizar y desarrollar jornadas de trabajo con el equipo de investigadores del LILSU a fin de: recabar los datos producidos por el laboratorio y los que deseaban comunicar a través de *social media*; obtener un perfil de cada integrante respecto del uso de TIC; evaluar las actividades que puede desarrollar en la producción y/o gestión de contenidos respecto de sus actividades y dedicación actuales en el laboratorio; delinear saberes previos y necesarios que requerían para el cumplimiento de cada tarea. También se incorporaron a la propuesta de capacitación, herramientas de evaluación de resultados y percepciones sobre el sitio y su funcionamiento.

El cuarto punto implicó relevar las representaciones sobre la identidad del laboratorio, a fin de desarrollar una propuesta estética acorde con el logo establecido y que se utiliza ahora tanto en los *social media* como en cartelería, folletería y membretes de hojas de documentos institucionales en los que firme el laboratorio.

En quinto lugar se diseñó un breve instructivo dirigido a los integrantes del laboratorio que sintetiza acciones, roles, procedimientos y estilos para la edición y publicación de contenidos en esta plataforma. El mismo debía ser, a su vez, de muy fácil acceso, manejo y comprensión para los integrantes presentes y futuros del laboratorio, a fin de asegurar su normal y coordinado funcionamiento. Era indispensable que esto ocurriese para asegurar el manejo de los mismos criterios por parte del grupo para dirigirse a los múltiples públicos que ofrece este tipo de plataformas.

Finalmente, con todas estas actividades se construyó una memoria del proyecto, pensando no sólo en el resguardo del proceso sino en su sustentabilidad para el futuro.

---

con Natalia Ferrante, quien además de dirigir este trabajo forma parte del equipo de esta Secretaría.

<sup>7</sup> En este punto hay diversos documentos y manuales disponibles para analizar, tales como el de Guillermo Franco, *Cómo escribir para la web, o del 1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing*, dirigido por Eva Sanagustín (2009).

## Cronograma de trabajo del TIF

ACTIVIDAD	TAREA	CRONOGRAMA
<b>DIAGNÓSTICO</b>	ENTREVISTAS A LOS RESPONSABLES DE ÁREAS DE LA FACULTAD PARA RELEVAR INFORMACIÓN PERTINENTE A LOS OBJETIVOS DEL TRABAJO.	AGOSTO (2016)
	DIAGNÓSTICO DE PLATAFORMAS WEB, BLOGS Y REDES SOCIALES DISPONIBLES Y EVALUACIÓN EN TÉRMINOS DE ACCESIBILIDAD Y USABILIDAD.	SEPTIEMBRE (2016)
<b>CAPACITACIÓN</b>	REDACCIÓN DE LA PROPUESTA DE CAPACITACIÓN	AGOSTO (2016)
	JORNADA CON INTEGRANTES DEL LABORATORIO PARA PRESENTAR LA PROPUESTA, EXPECTATIVAS SOBRE EL PRODUCTO (INSTRUCTIVO/CAPACITACIÓN), SONDEAR USO DE TECNOLOGÍAS AFINES, POSIBLES ROLES EN SU GESTIÓN, DEFINIR PLATAFORMAS A UTILIZAR.	AGOSTO X 2 (2016)
	JORNADA CON INTEGRANTES DEL LABORATORIO PARA PRESENTAR LOS SOCIAL MEDIA DEFINIDOS, POSIBILIDADES Y UTILIDADES DEL PRODUCTO, ROLES PARA SU GESTIÓN.	SEPTIEMBRE (2016)
	JORNADA CON INTEGRANTES DEL LABORATORIO PARA EXPLORAR CONTENIDOS DE LAS PLATAFORMAS PERTENECIENTES AL LILSU (SITIO EN LA WEB DE WWW.PERIO.UNLP.EDU.AR Y FACEBOOK), RECABAR INFORMACIÓN ACTUALIZADA DEL LILSU Y DETERMINAR TEMAS Y SECCIONES DE LAS NUEVAS PLATAFORMAS.	OCTUBRE (2016)
	PRESENTACIÓN AL EQUIPO DEL LILSU DE LA PROPUESTA DE REDISEÑO DEL LOGO, SUS ACTUALES PLATAFORMAS Y BOCETO DEL INSTRUCTIVO.	NOVIEMBRE X 2 (2016)
	EVALUACIÓN DE RESULTADOS (OBSERVACIONES, DIFICULTADES Y BENEFICIOS OBTENIDOS DEL EQUIPO LUEGO DE PROBAR EL INSTRUCTIVO).	DICIEMBRE (2016)
<b>INSTRUCTIVO (LIBRO DE ESTILO)</b>	ANÁLISIS DE POSIBILIDADES DE EDICIÓN DEL MATERIAL (LÍMITES Y POTENCIALIDADES QUE PROVEEN LAS PROPIAS REDES SOCIALES, WEB Y/O BLOG EN TÉRMINOS DE ESCRITURA).	NOVIEMBRE (2016)
	DEFINICIÓN DE LAS PAUTAS DE ESTILO DEFINIDAS EN TORNO A CADA PLATAFORMA ELEGIDA.	DICIEMBRE (2016)
	ESTABLECIMIENTO DE PROCESOS, ROLES Y FUNCIONES NECESARIOS PARA LA GESTIÓN DE LAS PLATAFORMAS PROPUESTAS.	FEBRERO (2017)
	ANÁLISIS DE POSIBILIDADES DE DISEÑO DEL MATERIAL (REDISEÑO DEL LOGO, SITIO EN LA WEB Y FACEBOOK DEL LILSU Y DISEÑO DEL INSTRUCTIVO).	FEBRERO (2017)
	ESCRITURA DE LOS CONTENIDOS DEL INSTRUCTIVO (INCLUYE PAUTAS DE ESTILO Y DISEÑO ESTABLECIDOS ANTERIORMENTE)	MARZO (2017)
	MAQUETACIÓN Y DISEÑO DEFINITIVO DEL INSTRUCTIVO.	ABRIL (2017)
<b>MEMORIA DEL PROYECTO</b>	REFLEXIÓN SOBRE EL PROCESO Y LOS RESULTADOS DE LA CAPACITACIÓN, ASÍ COMO DE LAS RELACIONES DEL MARCO CONCEPTUAL CON LA PRÁCTICA DESARROLLADA.	MAYO (2017)
	REDACCIÓN DE LA MEMORIA DEL PROYECTO.	MAYO (2017)

## PROPUESTA DE CAPACITACIÓN

### Índice

- 1- Introducción y objetivos de la capacitación
- 2- Fundamentos teórico-metodológicos de la propuesta pedagógica
- 3- Diagnóstico del espacio de trabajo. Recursos humanos y técnicos
- 4- Planificación de encuentros
- 5- Propuesta de evaluación

### 1- Introducción

El siguiente planteo didáctico responde al objetivo general de “planificar y desarrollar una propuesta de capacitación y producción editorial en social media (blogs, redes sociales, etcétera) destinada al equipo de trabajo que integra el Laboratorio de Investigación de Lazos Socio-Urbanos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (LILSU-FPyCS-UNLP)”. Para ello se acordó con la directora y los investigadores que integran este equipo, llevar a cabo una serie de jornadas utilizando parte del tiempo que destinan a sus reuniones de investigación, las cuales se realizan quincenalmente (salvo feriados o asuetos). En tales jornadas se procurará diagnosticar la identidad del laboratorio, resolver inquietudes respecto de los *social media* y sus herramientas de edición, las funcionalidades de cada producto elegido, los roles y los procesos referidos a su gestión, las tareas requeridas para el desarrollo y mantención de ese tipo de canales de comunicación, acordar cada cual a los contenidos y destinatarios del laboratorio, así como relevar la información necesaria para realizar un instructivo de manejo de estos medios.

En este marco, se presentan los siguientes objetivos específicos de la capacitación:

- Analizar los límites y alcances de las herramientas que poseen los *social media*, desde el punto de vista de la edición;
- Recuperar y/o generar espacios propios del LILSU en las redes sociales y articularlos de forma acorde a los contenidos y destinatarios producidos y deseados;
- Otorgarle una identidad unificada y reconocible a los materiales producidos por el LILSU, tanto en los canales de comunicación existentes como los que resulten de este proyecto;
- Incentivar la producción de contenidos por parte del equipo de investigación del LILSU en torno a sus diversos proyectos de extensión, investigación, docencia y transferencia con la incorporación de elementos periodísticos que faciliten su

aprehensión por parte de públicos no especializados (infografías, cuadros sintéticos o notas de color, entre otros);

- Fomentar el diálogo con referentes de organizaciones sociales de la comunidad con los que trabaja el laboratorio, a fin de diagnosticar de forma permanente la recepción de sus proyectos;
- Promover el uso de *social media* como espacios de intercambio y acuerdos interinstitucionales para realizar trabajos donde se aplique lo investigado.

## 2- Fundamentos teórico-metodológicos de la propuesta pedagógica

*“Aprender y comunicar son componentes de un mismo proceso cognitivo; componentes simultáneos que se presentan y necesitan recíprocamente. Si nuestro accionar educativo aspira a una real apropiación del conocimiento por parte de los educandos, tendrá mayor certeza de lograrlo si sabe abrirles y ofrecerles instancias de comunicación. Educarse es involucrarse y participar de una red de múltiples interacciones comunicativas” (Kaplum, 2002).*

Lo que aquí se busca con la implementación de un taller de capacitación es facilitar a los educandos –en este caso investigadores- “canales de comunicación a través de los cuales socializar los productos de sus aprendizajes. Esto es, crear la caja de resonancia que transforme al educando en comunicador y le permita descubrir y celebrar, al comunicarla, la proyección social de su propia palabra” (Freinet en Kaplum, 2002). Por ello es pertinente concebir el saber como un producto social. Claro está que, en última instancia, todo saber lo es, pero se alude, en primer lugar, al hecho de convertir ese saber en un producto que se colectiviza. Con este objetivo la presente capacitación está pensada, en términos didácticos, desde tres consideraciones básicas: el trabajo grupal, el intercambio de ideas a partir de temas específicos y la mirada auto-reflexiva requerida para generar un diagnóstico sobre la propia práctica.

Un paso inicial en la dirección señalada es el propiciar un primer ámbito de comunicación e interacción: el grupo. Kaplum en su texto *Pedagogía de la comunicación*, señala que “una educación grupal bien entendida es aquella que apuesta al grupo y a su capacidad autogestionaria: que adhiere al principio holístico según el cual el grupo está en la base misma de la pedagogía de Freinet; y los frutos cosechados atestiguan que ganó la apuesta. Un grupo de aprendizaje es una escuela práctica de cooperación y solidaridad” (2002: 212-213).

Cuando Kaplum escribía esto los *social media* no tenían el desarrollo que tienen en la actualidad y si bien aún es válido el debate sobre si producen mayor interacción social o al contrario, aíslan a los usuarios con sus dispositivos tecnológicos, ciertamente

facilitan el acceso e intercambio de información. Por ello, el desafío es adaptar los contenidos para que sean movilizados de la acción y la creación hacia adentro del grupo que lo gestiona, tanto como hacia los múltiples públicos a los que éste dirige sus mensajes.

Por otra parte, tomamos de María Cristina Davini (1995) sus argumentos para elegir propuestas como el estudio de casos de la práctica —reales o prototípicos—, y el debate grupal sobre situaciones específicas porque además de estimular el trabajo en equipo, fortalece los lazos cooperativos en la acción profesional al aceptar los límites de la propia explicación a la luz de la explicación de los otros.

Las consideraciones de ambos autores (esto es, la importancia del trabajo grupal y el debate e intercambio de ideas que enriquecen posiciones y criterios), fortalecen la propuesta de la presente capacitación en construir colectivamente diagnósticos donde los propios actores del laboratorio se involucran en el establecimiento de los objetivos y canales de comunicación que implicarán el cambio. En este sentido tomamos la definición de diagnóstico que utiliza Daniel Prieto Castillo (1995), por la cual se realiza una lectura de determinada situación social sobre sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica. Entonces el diagnóstico debe ser una empresa lo más participativa posible en la que los investigadores compartan responsabilidades en la determinación de los problemas y potencialidades comunicacionales que caracterizan al grupo.

### **3- Diagnóstico del espacio de trabajo**

#### ***Recursos humanos***

Como destinatarios directos, los integrantes del Laboratorio de Investigación en Lazos Socio-Urbanos tienen una particularidad poco explotada dentro de la UNLP: en el momento de su creación, el LILSU fue la primera unidad de investigación con carácter de laboratorio de la FPyCS y también sentaba precedente respecto de las facultades de la UNLP vinculadas a las ciencias sociales. Esto significa que, en el marco de las unidades de investigación avaladas por la UNLP (institutos, centros y laboratorios), el LILSU fue el primero en constituirse como un espacio formal de investigación para temáticas específicas dentro de la disciplina, tal como suele ocurrir en las ciencias naturales y exactas. La propuesta de crear un laboratorio en ciencias sociales conlleva a su vez, ciertas particularidades reglamentarias (Ordenanza N°265/03 de la UNLP):

- Los laboratorios, tanto como los Centros e Institutos de Investigación de la UNLP, tienen como finalidad investigar, formar recursos humanos y transferir y difundir los conocimientos producto de su labor;

- Está constituido por al menos un Docente-Investigador de alto nivel (Categorizado A/I o II en el Programa del Docente-Investigador) y dos Docentes Investigadores de jerarquía intermedia (Categorizados III o IV), con mayor dedicación en la Unidad de Investigación. El plantel total de investigadores con mayor dedicación, profesionales de apoyo, investigadores categoría V, becarios y/o tesistas no debe ser inferior a las 5 personas. Lo integrarán, además, el personal técnico y administrativo que estuviere asignado al mismo.

A diferencia de esto, los centros o institutos son Unidades de Investigación científica y/o tecnológica con un mayor nivel de integración y capacidad de formación de recursos humanos; especializadas en una o más disciplinas o ramas del conocimiento; con grupos de investigación con capacidad independiente de desarrollar líneas de investigación, integrados por un número no inferior a 10 miembros para los Centros y 15 para los Institutos.

Esto significa que los integrantes de un laboratorio son necesariamente un grupo pequeño, categorizado como investigador o en vías de hacerlo, y con la consecuente dedicación semi-exclusiva o exclusiva que implica abocarse a esas tareas.

Hablando específicamente de las personas que integran el LILSU, hay además una realidad en torno a que los recursos constantes son nueve, uno de los cuales debe actualmente considerar el trabajar a distancia. En este sentido, el hecho de que la propuesta principal sea en soporte electrónico facilita su gestión desde cualquier lugar que posea servicio de Internet.

Estos profesionales son recursos variados en cuanto a formación (principalmente en áreas de la antropología, la comunicación social y el arte), lo que habilita a que cada uno realice tareas específicas con profesionalismo. Sin embargo, están sobrecalificados (el promedio de carreras universitarias entre estos nueve recursos es de 2.5), con lo cual exigirles una gran dedicación en el manejo informático atenta contra la viabilidad del proyecto. Además, dos terceras partes trabajan sólo en la facultad (más allá de sus dedicaciones formales), pero el resto tiene otro empleo.

A pesar de esto, los integrantes del laboratorio tienen una notable capacidad de producción en torno a sus proyectos de extensión, investigación, docencia y transferencia, y han manifestado en diversas ocasiones su necesidad de explorar herramientas que les permitan no sólo el contacto y difusión entre pares científicos sino sobre todo con agentes de la sociedad, individuales o colectivos, con los que trabajan en sus proyectos. Éstos pertenecen principalmente a las ciudades de La Plata, Berisso y Ensenada (aunque también, a través de un proyecto que duró dos años, establecieron contacto con representantes de clubes deportivos de la Provincia de Buenos Aires), y se caracterizan por ser referentes de instituciones barriales,

habitantes de clase media del casco urbano, vecinos de zonas marginales y socialmente vulnerables con fuertes lazos comunitarios, estudiantes de escuelas, agrupaciones autoconvocadas y referentes del Estado.

También son destinatarios de interés los académicos y centros de investigación afines a la temática del laboratorio, ya que mantener el intercambio de ideas con pares científicos enriquece las perspectivas e investigaciones y posibilita concretar el interés en realizar trabajos interinstitucionales.

Con todos ellos y dependiendo su relación con las nuevas tecnologías, se ha buscado mantener el contacto más allá de la finalización de la actividad académica específica, por lo que contar con canales institucionales y de visibilidad permanente potenciaría estos lazos tan relevantes para el LILSU.

### ***Recursos técnicos:***

El uso de redes sociales en la Universidad Nacional de La Plata está ampliamente difundido, tanto en las dependencias directas del Rectorado como en sus diferentes facultades. Muestra de ello es el espacio específico que le dedica en su página de inicio bajo el nombre de “La UNLP 2.0”, donde se visualizan redes como YouTube, Google+, Twitter y Facebook, entre otras, gestionadas por la Dirección General de Comunicación y Medios. La presencia de blogs y redes también es común en los sitios de las facultades, particularmente en las unidades de investigación como el laboratorio que nos convoca en este trabajo. En este caso, actualmente, el LILSU tiene un espacio en la página web de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, pero este no responde completamente a los intereses de visibilidad del equipo ya que si bien es una plataforma fácil de gestionar, sus contenidos se ven limitados a lo requerido por la Secretaría de Investigaciones, mientras que las posibilidades de diseño se limitan al estilo del resto de la web.

Se ha relevado con detalle todas las unidades de investigación que posee actualmente la facultad, encontrándose que algunas han preferido establecer un enlace a sitios propios, que pueden tratarse tanto de blogs como páginas web. Tales unidades y enlaces son:

- Centro Aníbal Ford: [www.centroanibalford.com.ar](http://www.centroanibalford.com.ar)

En su página de inicio están colgadas las “Últimas publicaciones”, referidas a novedades del Centro y sus integrantes. Otras pestañas son: institucional, investigación, formación, vinculación institucional, publicaciones y contacto. La página también cuenta con un buscador y tiene los íconos de Facebook y Twitter. Utiliza en la paleta de su diseño visual predominantemente los tonos azules, sin una trama definida.

- IICOM: [www.perio.unlp.edu.ar/iicom](http://www.perio.unlp.edu.ar/iicom)

Tiene los links que dirigen al interior de la página ubicados en la parte superior, a modo de pestañas, bajo el banner principal. Este a su vez contiene sólo los datos de: nombre de la facultad, sigla de la universidad e isologo del instituto. Tanto el banner como el fondo de la página están resueltos en tonos de gris y celeste.

- CILE: [www.cile.perio.unlp.edu.ar](http://www.cile.perio.unlp.edu.ar)

El fondo de la pantalla tiene un diseño en tonos marrones y en la parte del banner principal donde aparece el nombre del Centro, se distinguen también palabras manuscritas, acompañadas por una foto a la izquierda referida a una situación áulica (una clase). Tiene en su columna lateral izquierda los links a las páginas internas de la web, organizadas de la primera a la última como: presentación, estructura, investigación, extensión, producciones, eventos, novedades, contactos. Debajo de ellos se encuentra el escudo de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. En las "Novedades" se encuentran las actividades realizadas por el Centro.

- CIEPYC: [www.ciepyc.org](http://www.ciepyc.org)

Esta página está compuesta por un banner principal donde consta el isologo del centro, una foto difuminada de la fachada de la universidad y al costado derecho, el nombre de la facultad y de la propia universidad, junto con el logo de esta última. Debajo están las pestañas que indican los contenidos: inicio, novedades, el CIEPYC en los medios, *Entrelíneas* Índice temático (refiere a la publicación que edita el centro), mapa del sitio y contacto. En la misma línea aparece también la fecha en que se consulta la página. Como parte del cuerpo principal de la página, y debajo de estas pestañas, se encuentran tres columnas, siendo la central la más ancha. La de la izquierda contiene un buscador y cuatro botones principales, con contenidos más específicos: institucional, docencia proyectos y visitas. Con la misma lógica, la columna derecha contiene: Revista Entrelíneas (ediciones anteriores, equipo de trabajo, suscripción, índice temático, último número); Publicaciones (documentos de trabajo, libros publicados); Posgrado (descripción, plan de estudios); Espacio PYME (información, entidades). La columna central contiene una descripción breve de lo que es el centro y la revista *Entrelíneas*, y también titula e ilustra dos notas a las que se puede acceder clickeando en el link "Leer más". La página presenta un fondo blanco y la división entre las partes mencionadas se marcan con líneas y botones celestes o en tonos de azules que combinan con el isologo.

- Observatorio de Jóvenes: [www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes](http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes)

El banner superior muestra el isologo del observatorio y una foto. Debajo, se encuentran las pestañas que indican el contenido de la página, denominadas como: nosotros, áreas de trabajo, publicaciones, estadísticas, actividades, investigaciones. El



contenido principal se distribuye en distintos recuadros que ocupan tres cuartas partes de la pantalla y están organizados por: artículos, actividades, agenda en lupa, publicaciones. El otro cuarto de pantalla lo representa una columna ubicada a la derecha de la pantalla que contiene banners pequeños referidos a la revista que publican (*Revista Argentina de Estudios de Juventud*), la facultad, el Observatorio de políticas de seguridad de la Provincia de Buenos Aires, el Doctorado de Comunicación (FPyCS) y la UNLP, en ese orden. Los colores predominantes son el gris oscuro y el naranja.

- Observatorio de Comunicación y Salud:

[www.perio.unlp.edu.ar/observatoriocomunicaciónysalud](http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriocomunicaciónysalud)

En este caso, el banner se coloca debajo de las pestañas que linkan a los contenidos de la página que, ordenados de izquierda a derecha, son: inicio, autoridades, campos de estudio, proyectos e investigaciones, agenda y contacto. A su vez, la web del observatorio cuenta con una columna a la derecha de la pantalla donde tiene un buscador y la posibilidad de iniciar sesión. La página principal, por su parte, publica las novedades del centro, en particular, las actividades que desarrolla. Los colores predominantes en el diseño de la página y el logo son los grises, naranjas y un tono de verde oscuro.

-Observatorio de Medios y Género:

[www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodemedios-genero](http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodemedios-genero)

Al clickear en este enlace aparece una página denominada “Centro de Comunicación y Género”. Este blog de Blogspot cuenta con un banner superior donde se expone el isologo del centro y el nombre de la facultad como parte del mismo. Debajo se encuentran cuatro pestañas de contenido: inicio, quiénes somos, observatorio, contacto. Luego la pantalla evidencia la entrada más reciente, que es una nota escrita por una de sus integrantes. A la derecha se ubica una columna donde aparece un buscador, enlaces (sólo uno, a la propia facultad), y los links de los archivos más recientes. Fuera del isologo que tiene todos los colores primarios y secundarios menos el naranja, la paleta predominante del blog está compuesta en tonos de azul.

En el caso del LILSU ([www.perio.unlp.edu.ar/lilsu](http://www.perio.unlp.edu.ar/lilsu)), se utiliza la plataforma ofrecida por la facultad, por lo que para acceder a su información hay que hacerlo desde la página principal de la facultad ([www.perio.unlp.edu.ar](http://www.perio.unlp.edu.ar)), y así clickear dos y hasta tres links, sin contar las pestañas y enlaces propios del Laboratorio.

Este sitio institucional linka además a un sitio en Facebook que se originó como resultado de un proyecto de extensión desarrollado en 2011. *Participarpararegistrar* fue una herramienta de comunicación de gran utilidad para el equipo de investigación mientras duró el proyecto, y aún después de finalizado el mismo, ya que en él se

publicaban noticias sobre clubes sociales, actividades e intercambios con la comisión directiva y socios del club específico con el que se había trabajado entonces, proyecto, publicidad y resultados de las actividades con las que se buscó “replicar” esa experiencia exitosa en otro club, etcétera. Tal sitio tuvo la virtud de visibilizar el trabajo a la vez que recababa datos y contactos que fueron de utilidad para actividades subsiguientes, y a la vez significó la primera experiencia del equipo en producir y diseñar para un medio de comunicación específico, con una responsable general. Es importante entonces considerar esta experiencia, adaptándola a las nuevas decisiones respecto de la identidad de los productos mediáticos y el estilo y normas de publicación, pero recuperando el ejercicio y hábito generado entonces, además de los contenidos allí vertidos.

#### **4- Planificación de encuentros**

En función del mencionado diagnóstico inicial sobre el grupo, su espacio de trabajo y sus canales de comunicación, se diagramó una capacitación con un diseño flexible, esbozado a partir de la mínima aproximación al problema. En este caso hay que pensar en continuar el diagnóstico durante toda la instancia de participación, lo cual deja a esta planificación sujeta a cambios y reformulaciones, no necesariamente por sus fallas, sino por la posible detección de nuevas necesidades, distintas competencias de las previstas, etcétera. Dado los tiempos de los que disponen los investigadores a los que está dirigida esta capacitación, se plantearon originalmente cinco jornadas de no menos de una hora, a desarrollarse previo a sus reuniones de investigación, pautadas cada quince días.

##### *1er Encuentro*

Objetivos:

- Presentar la propuesta del TIF a los integrantes del laboratorio, para conocer sus expectativas sobre el producto (tanto de la capacitación como del instructivo);
- Explorar contenidos de las plataformas pertenecientes al LILSU (sitio en la web de [www.perio.unlp.edu.ar](http://www.perio.unlp.edu.ar) y facebook);
- Analizar los sujetos, espacios y condiciones de reconocimiento de los mensajes producidos por el laboratorio.

Tareas del capacitador:

- Presentación del TIF a los integrantes del laboratorio.
- Detectar problemas en las plataformas y relevar propuestas para potenciarlas.

- Recabar información actualizada del LILSU y determinar cuáles son los temas, tipo de contenidos y formatos producidos usualmente por los investigadores, así como aquellos que les interesaría producir y los públicos a los que les interesa llegar.
- Como tarea que deberá realizarse durante todos los encuentros, armar un glosario en el que aparezcan todas las palabras, aplicaciones y funciones novedosas o desconocidas para los integrantes del laboratorio respecto de los *social media*.

### *2do Encuentro*

#### Objetivos:

- Definir plataformas a utilizar para el Laboratorio.
- Indagar sobre el uso de tecnologías afines a los *social media* por parte de los investigadores.
- Sondear posibles roles para su gestión.

#### Tareas del capacitador:

Distribuir sobre la mesa tarjetas ensobradas, especialmente preparadas sobre los *social media* más utilizados en la actualidad. Dichos sobres tendrán en su interior el logo/marca de la red social y por fuera, sus características explicadas brevemente (ventajas y dificultades o condicionantes de uso). Los integrantes del laboratorio deberán leer los sobres de a uno y elegir aquellos que cumplen con sus expectativas, luego de lo cual se abren las cartas para descubrir de qué red social se trata. De esta manera, se elige cada *social media* por su perfil y usabilidad y no por su popularidad.

### *3er Encuentro*

#### Objetivos:

- Presentar los *social media* definidos, posibilidades y utilidades del producto, roles para su gestión.
- Según las necesidades identificadas por los propios participantes, transmitir conocimientos y herramientas vinculadas a los *social media* que puedan implementarse en su ámbito de trabajo.
- Acompañar procesos de elaboración de mensajes para *social media* destinados específicamente a la difusión de las actividades del laboratorio.

#### Tareas del capacitador:

- Dar indicaciones para que cada investigador produzca un texto breve sobre un evento realizado por el Laboratorio, destinado a un nuevo sitio web, teniendo en cuenta el público al cual va dirigido e incorporando las características de cada *social media* elegido.

- Luego de una semana, la responsable de este TIF debe recibir los textos y editarlos en base a los requisitos técnicos de cada *social media*, aclarando con qué criterio se hace cada corrección, a fin de discutir dichos criterios con el grupo en el próximo encuentro.

#### *4to Encuentro*

##### Objetivos:

- Presentar al equipo del LILSU el rediseño del logo del Laboratorio, de sus actuales plataformas, nueva página web, *social media* elegidos y boceto del instructivo.
- Capacitar a los profesionales en técnicas y métodos de evaluación vinculados a las herramientas y medios de comunicación seleccionados.

##### Tareas del capacitador:

- Releva las observaciones generales del grupo respecto de la nueva propuesta de logo, *social media*, web, e instructivo.
- Discutir con el grupo de investigadores los criterios de edición de los textos corregidos a fin de determinar cuáles de ellos potencian y mejoran los mensajes producidos.
- Asignar roles y tareas a cumplir por cada integrante a fin de mantener activas las nuevas plataformas.

#### *5to Encuentro*

##### Objetivo:

- Evaluar los resultados (observaciones, dificultades y beneficios) obtenidos luego de probar el instructivo y las nuevas plataformas.

##### Tareas del capacitador:

A partir de la discusión y puesta en común de los problemas detectados por los investigadores en el uso de *social media*, registrar las soluciones brindadas hasta el momento y sus efectos, tanto como aquellas que aún no han sido implementadas (por qué) y las que querrían implementarse (cuáles son los obstáculos para que esto suceda).

### **5- Propuesta de evaluación**

Además de ocuparse de la coordinación de las tareas expresadas en cada encuentro, el capacitador irá evaluando durante todo el proceso mediante el registro grabado y anotando en especial los momentos de trabajo grupal y ejes de los debates. Como se puede observar, este tipo de evaluación es particularmente cualitativo y coincide con lo que algunas perspectivas dentro de la didáctica denominan “Evaluación Iluminativa”,

donde el evaluador debe “organizar las opiniones, recoger datos, sugerencias y alternativas, promover el contraste de pareceres y la proliferación de iniciativas de análisis y de cambio” (Pérez Gómez, 1989: 442). De esta forma, se corre del lugar de mero expositor de teorías para ser una “herramienta” que ayude a coordinar al grupo en pos de nuevos descubrimientos y significaciones.

Sumado a esto, la propuesta de evaluación final y global del trabajo incluye el pedido de observaciones por parte del grupo que ha participado en las diversas instancias, entre las que ocupa un lugar esencial la presente capacitación.

## MEMORIA DE LA CAPACITACIÓN

El siguiente cuadro representa el cronograma actualizado de los encuentros que se plantearon en el apartado anterior, a los fines de organizar lo que luego se detalla sobre lo sucedido en cada uno de ellos. Esta síntesis considera todos los objetivos programados en la etapa de planificación de la capacitación, pero refleja las fechas y cantidad de encuentros desarrollados realmente, esto es, como resultado lógico de adaptar la propuesta a las vicisitudes y contingencias del laboratorio.

ENCUENTRO	OBJETIVOS	FECHA
<b>PRIMERO</b>	Presentar la propuesta del TIF a los integrantes del laboratorio, para conocer sus expectativas sobre el producto (tanto de la capacitación como del instructivo);	01/08/2016
	Explorar contenidos de las plataformas pertenecientes al LILSU (sitio en la web de <a href="http://www.perio.unlp.edu.ar">www.perio.unlp.edu.ar</a> y facebook), y boceto del nuevo sitio sugerido.	
<b>SEGUNDO</b>	Analizar los sujetos, espacios y condiciones de reconocimiento de los mensajes producidos por el laboratorio.	29/08/2016
<b>TERCERO</b>	Definir plataformas a utilizar para el Laboratorio.	26/09/2016
	Indagar sobre el uso de tecnologías afines a los <i>social media</i> por parte de los investigadores.	
	Sondear posibles roles para su gestión.	
<b>CUARTO</b>	Presentar los <i>social media</i> definidos, posibilidades y utilidades del producto, roles para su gestión.	24/10/2016
	Acompañar procesos de elaboración de mensajes en <i>social media</i> efectivos para la difusión de las actividades del laboratorio.	
<b>QUINTO</b>	Presentar al equipo del LILSU el rediseño del logo del Laboratorio, de sus actuales plataformas, nueva página web, <i>social media</i> elegidos y boceto del instructivo.	07/11/2016
<b>SEXTO</b>	Presentar las respuestas y soluciones a las inquietudes del grupo respecto de la web y del instructivo.	21/11/2016
<b>SÉPTIMO</b>	Definir cuestiones de estilo específicas para completar el instructivo.	05/12/2016

### **Encuentro 1 (01-08-2016):**

Dada la propuesta inicial presentada en el apartado anterior, el primer paso luego de haber acordado usar parte de las reuniones quincenales del LILSU fue presentar a sus integrantes los objetivos de mi Trabajo Integrador Final de la Especialización en Edición, haciendo hincapié en los productos principales: la capacitación para discutir los contenidos, la página web y/o redes sociales, el instructivo para incorporar textos a estos sitios y la memoria de los procesos (desarrollo de la capacitación y de los productos).

En la memoria de la capacitación no aparecen los nombres de cada investigador sino que se otorga una referencia alfabética (A-H, entre corchetes), para sus opiniones.

Esto se debe a que la evaluación de estos encuentros busca recuperar, en primera instancia, la repercusión de la propuesta como grupo, antes que priorizar las voces jerárquicas.

Vale recordar que aunque tener un sitio web no es el objetivo principal del TIF pero si una demanda previa del grupo a la capacitación, decidí aprovechar e incorporar esta propuesta para facilitar la aceptación del resto del trabajo. En este sentido, recuperé para este encuentro el primer boceto en donde había participado otra integrante del Laboratorio [C], quien por causas personales se alejó del resto del proceso, no sin antes indicarme todas las cuestiones que tenían que ver con el funcionamiento del sitio propuesto. Luego les conté mi intención de que, entre un encuentro y otro (cinco, según la propuesta original), yo pueda trabajar con el material que les pida en la semana.

La primera duda que surge [A] es si la nueva página web no compite con la vigente. Contesto que la idea es linkear la nueva página para que ésta sea la que aparezca cuando se busque el LILSU a través de la web de la Facultad. Otra duda [G] refiere a si el énfasis en la identidad que se quiere mostrar está en la investigación, en la extensión o dónde. Contesto que debemos decidirlo en las reuniones. Además, les comento que como parte de las decisiones del diseño voy a reconstruir el logo (que originalmente hice en 2013 también mediante debates hacia adentro del grupo), pero con la consulta de los Licenciados en Comunicación Visual de la Facultad.

También surgen comentarios sobre las posibles redes sociales a utilizar y [A] remarca las ventajas de YouTube (la periodicidad, el hecho de que ya tenemos material para cargar) y las desventajas del Twitter y del Facebook, que deben ser actualizadas en forma permanente y además muchas veces están expuestas a sentar posición por fuera de lo académico, particularmente respecto de la política.

Explico que antes de definir las redes me parece importante que definamos los contenidos, qué nos parece que debemos hacer público en base a lo que producimos y qué cosas deben quedar para el interior del grupo. Al respecto, [G] dice que el LILSU no es un lugar de investigación para ser expertos sino que es una perspectiva particular que hace ver a la ciudad desde otro lado, visibiliza problemáticas que otros no. Acordamos que es importante definir qué visibilizamos, no mostrar todo sino aquello que nos diferencia y particulariza, y tomo nota de lo siguiente: “en términos de identidad, los integrantes también han volado por sus respectivas líneas; no debemos perder el espacio de encuentro” [G].

Se cumple el horario de la reunión y la última investigadora en integrarse al laboratorio debe retirarse, por lo que la directora le pregunta si tiene comentarios sobre el proyecto del LILSU. Lo definen como “nuestro DNI institucional” [G], “nuestro Estatuto”

[A]. Luego le da tareas a todas: que releen ese documento y revisen su lugar y potenciales aportes en este espacio. Como complemento a esta lectura, propongo luego mandarles por correo los espacios de comunicación que tenemos actualmente.

El debate se abre nuevamente y [G] explica que nuestras intervenciones se justifican más allá de la producción escrita, que están en contacto con otro tipo de percepciones y cosas que no cree que sean necesarias o pertinentes de explicar. Contesto que lo rico de trabajar con lo multimedial es que permite comunicar a través de otros sentidos, mediante audios y videos. En términos de metodologías de trabajo, [F] agrega una modalidad que utiliza otra red de la que participa, a fin de que estén expuestas las distintas opiniones que hay en el laboratorio. Propone utilizar esa modalidad para que cada cual pueda dar su opinión sobre la temática que quiera, en un espacio de “Columna”, “Reflexiones” o “Notas”. Al respecto, [H] acota que “está bueno aclarar que ese espacio es para mostrar la individualidad de cada uno, pero que compartimos un mismo espacio”. Adhiero y remarco que también en las reuniones trabajamos bibliografía y conceptualizamos términos sobre los que hay que decidir si los guardamos como un glosario interno, o si los publicamos para dar cuenta de cómo pensamos, o si abrimos un espacio de recomendaciones de libros, por ejemplo.

Propongo, para finalizar la reunión, mostrarles la pestaña de contacto, donde van a ir las fotos de los integrantes, junto con su número de ORCID y el título máximo alcanzado. Les explico rápidamente lo que es el ORCID, a lo que [B] y [H] acotan que les pidieron esta referencia para publicar en otras revistas.

Me comprometo a mandarles por mail la síntesis del encuentro, conjuntamente con los links que mencioné y la tarea. Les muestro la foto panorámica que sacó Laura Mazzaro (profesional en fotografía) y propongo coordinar que ella tome las fotos de contacto. Antes de retirarnos algunas de las integrantes del LILSU reclaman que las reuniones duren más que media hora.

### **Encuentro 2 (29-08-2016):**

Retomo la idea de hacer una página web para visibilizar el Laboratorio y presento a modo de cuadro las preguntas que pedí que fueran completando entre el encuentro pasado y este:

- ¿Qué información presente en los sitios que ya tenemos debería existir en la nueva página web?
- ¿Qué actividades desarrollan los integrantes del Laboratorio?
- ¿Qué contenidos producimos a partir de nuestras actividades?
- ¿Cuáles son los públicos a los que nos dirigimos actualmente?
- ¿A quiénes nos gustaría dirigirnos, si no están aún contemplados?



- ¿Qué información tenemos respecto de los medios de comunicación que usan estos públicos?

Releo la síntesis de las respuestas obtenidas a fin de consensuar y completar datos, si es necesario.

Hay una breve discusión en torno a la propuesta de incorporar una “Columna editorial”, que es renombrada como “Nota de opinión” y se aclara que no tiene por qué referirse a un hecho de la semana en que nos toque escribir. Son opiniones sobre cuestiones que tienen una temporalidad más flexible.

Al mencionar que debemos incorporar los proyectos en los que trabajamos surge la oposición a que se expongan tal cual se los informa a la UNLP [G], por lo que [A] propone que expliciten sólo algunos aspectos, como la metodología. Todo esto, acoto, tendrá que ver en última instancia con el público al que deseemos dirigirnos por este medio, y en consonancia, [H] dice que hay términos que realmente son comprensibles sólo para la comunidad académica, a la cual no queremos restringir nuestra propuesta de comunicación del LILSU (por ejemplo, las categorías de investigación). Tomo nota de la respuesta: “si bien uno tiene que evitar los tecnicismos, hay cuestiones que es obligatorio poner porque siempre se está jugando con dos públicos: la sociedad y los investigadores” [F].

En este camino, el propio grupo sugiere discutir una inquietud: ¿Qué buscamos cuando miramos la web de un laboratorio? [G] dice que no se fija en qué hicieron o cómo lo hicieron, sino en si tiene una perspectiva afín a lo que ella trabaja; [A] y [E] aportan que algunos de nuestros destinatarios, cuando hacemos una actividad, se fijan en internet quiénes somos y qué hacemos. Varias de las presentes acuerdan en que la idea de quiénes somos está unida a qué hacemos. [G] insiste en que lo más importante es dar cuenta de nuestra visión, que la descripción de los proyectos no solape nuestro análisis de la ciudad, a lo que [F] contesta que hay que incorporar ambas informaciones, de manera coloquial y general, en diferentes pestañas.

Se refuerza, a partir de estas intervenciones, que hay que hacer una introducción, una definición de “Quiénes somos” que presente al internauta rápidamente nuestra perspectiva de trabajo.

Estimo que no podré terminar de leerles el cuadro antes de que finalice la reunión y sugiero puntualizar en los ejes que necesitan acuerdo, para no trasladar al intercambio de mails la tarea pendiente de revisar todo.

Se vuelve a la idea de qué es lo que debe dar cuenta la web y [A] plantea que el punto fuerte que hay que marcar es que somos comunicadores y que por tanto tenemos distintos registros de escritura, el académico y el coloquial con el que nos dirigimos a

la comunidad. En ese panorama, también hay que incorporar a los decisores políticos, a los cuales hay que hablarles de otra manera.

Surge la inquietud de incorporar a los alumnos porque es un público especial al que el LILSU se dirige sólo desde los integrantes que también conforman la Cátedra de Culturas Populares y Deporte, pero se decide dejar esos contenidos para un blog específico de la materia.

Me piden que mande de nuevo las preguntas por mail y se comprometen a contestar. Arrancaremos la próxima reunión con este tema.

A la media hora de iniciarse el encuentro se retiran las integrantes que tenían prisa y me quedo hablando con dos, una de las cuales [H] reitera su inquietud respecto de integrar el material de la cátedra, que considera colateral a lo que hacemos en el LILSU (muchas veces se tratan temas comunes). Sin embargo entre las tres acordamos que no deben confundirse los espacios de visibilización y de comunicación con los alumnos entre los objetivos y destinatarios del laboratorio. Indico además, que la referencia a los alumnos en la web del LILSU se vincula con su potencial rol como becarios de investigación. Además consideramos que nuestro interés es establecer contacto con laboratorios e instituciones ajenos a la facultad pero afines a nuestra temática.

Por otra parte, refuerzan la idea de que hay que discutir y explicar bien los fundamentos de la opinión de cada una. Así, acuerdo, debemos encontrar los puntos comunes para establecer lo que queremos con la página. De nuevo, tomo nota de lo que interpreto que debería constituir la identidad global de los mensajes: “la ciudad es: un soporte material + un sujeto que la habita/vive + un imaginario colectivo que se genera de esas dos cosas y genera un sistema de representación de lo urbano” [G].

Su compañera dice que a ella le interesa que el que ve la web sepa qué temáticas trabajamos, a lo que de nuevo surge la inquietud: “el punto está ahí: que cada una espera algo distinto del LILSU” [G]. Digo que a mi justamente me interesa que se vean todas las voces y no sólo las cantantes, y me preguntan si ya hay temas consensuados. Dudo, pero afirmo y rescato:

- que tiene que haber algún tipo de contenido sobre los proyectos.
- que los públicos principales actuales son las autoridades de la UNLP (que “no hace falta ponerlo porque es inherente al Laboratorio” [G]), el Municipio, integrantes del LILSU, docentes investigadores de la facultad, investigadores de otras unidades académicas, comunidad académica en general, referentes de clubes y vecinos de barrios. Los alumnos superiores que se sienten identificados con la temática aparecen como públicos deseados, con lo cual aprovecho a

remarcar que la idea de este ejercicio es visibilizar a quiénes estamos hablando y a quienes queremos hablar y no lo estamos logrando.

En sintonía con esto último, [G] recuerda el proyecto de extensión “Entrenando clubes”, para el que nos convocaron por nuestro trabajo en los clubes, que a su vez, reflexiona, “también podrían ser ‘instituciones y vecinos barriales’, en vez de clubes, para no encerrarse en ese tipo de organización”. Con la misma lógica se plantea reemplazar el “municipio” por “actores decisores gubernamentales”.

Propongo entonces reformular lo de “investigadores de otras unidades académicas” por “otros centros de investigación de temáticas afines” y agregar “grupo de profesionales” como un público potencial que no son ni los académicos ni los referentes del barrio.

Como último tema, planteo lo que he revisado sobre el logo y de nuevo, anoto: “el problema del logo de 2013 es que no está la desigualdad, y desde una lectura antropológica, la ciudad es diversa y además el encuadrado puede indicar que hay ciudadanos que quedan fuera de esa representación” [G]. Agrega que a pesar de todo lo que se le pueda marcar al viejo logo, fue bienvenido en las condiciones en que estábamos, “en ese momento estábamos investigando clubes solamente”. Recuerda una canción de Nacha Guevara que se llama “Mi ciudad” y piensa que a partir de ella puede hacer la primera editorial.

### **Encuentro 3 (26-09-2016):**

Comienzo diciendo que quiero empezar a completar contenidos para la página y para ello necesito que decidamos dónde se volcará la información que queremos expresar. En ese sentido, la propuesta de hoy es resolver cuáles son las redes sociales que vamos a utilizar y en las que luego coordinaremos para que escriban. Con este objetivo, les cuento, relevé más de 140 páginas sobre el tema, que sistematicé y sintetiqué para poderla trabajar de la siguiente manera: en vez de pensar qué redes conocemos y cuáles nos parecen que podrían servirnos, veremos sin considerar su nombre cuáles son las características de cada red, evaluaremos si éstas nos son ventajosas o no, y luego recién descubriremos de qué red se trata.

[B] pregunta si es un juego y le digo que sí, lo cual es bienvenido. Reparto los sobres —dos a cada una, incluyéndome—, y les propongo leer en voz alta la descripción que hay en el dorso.

- Empieza [F]. Mientras lee que “No es muy popular”, comenta entre risas: “ah, si no es popular no nos sirve...” Les parece que es una aplicación más para el teléfono y para encontrar pareja. Evidentemente no concuerda para el laboratorio.

- Sigue [E]. Empieza a leer y rápidamente [D] y [H] adivinan que se trata de Snapchat, a lo que [F] opina que no nos sirve porque necesitamos continuidad (no que desaparezcan las imágenes o videos). Varias coinciden en que “es poco serio para lo que queremos”.
- Sigue [G]. Lee sobre una aplicación para videos y [F] se pregunta si es YouTube. Les digo que no sé porque hay otras redes similares. Varias indican como positivo que desde el sitio web se pueda descargar videos, y yo opino que hay que ver si esa opción no hace más lenta la página. Con todo, les interesa que tengamos una red donde alojar videos.
- Sigue [B]. Lee sobre otra aplicación de videos. Pregunta [F] cuál es la diferencia de restricciones entre uno y otro. Arriesgamos que se trata de YouTube y [H] pregunta si es gratuito.
- Sigue [H]. Lee sobre un microblogging. [F] pregunta si eso es para blog y, en general, acuerdan que el tipo de público no es el esperado. [H] dice que le “había parecido bueno lo de los textos breves, pero ya cuando empezó con los temas y demás, no”; [D] acota que no tiene sentido tener un blog porque ya no se usa tanto; [B] dice que no conviene tener algo que compita con la página que ya armamos.
- Sigo yo. Leo y enseguida adivinan que se trata de Skype. Ven como positivo que se puedan hacer videoconferencias y que se puede ver bien el video. Ya contamos con esta red, pero la ponemos en la lista de los que nos interesa usar.
- Sigue [D]. Adivinan que se trata de LinkedIn. “Habría que ver cómo funciona a nivel colectivo”, sugieren [B] y [F]. En ese sentido, [E] remarca algunas posibilidades de un grupo al que está adherido, mientras [D] dice que “lo que está bueno es a nivel visibilidad, a nivel de circulación de información y contactos puede servir”.
- Sigue [F]. Arriesgan rápidamente que se trata de Twitter, una red donde el público mayoritario son adultos mayores (“no nos interesa”, dice, y ríen). Los países donde es más conocido tampoco convencen. Tampoco los contenidos. Lo descartamos.
- Sigue [E]. A la mitad de la lectura adivinan que es Instagram. Se sorprenden por la posibilidad de encargar la impresión de imágenes, pero dicen que no es para este laboratorio. “¡Nosotros no queremos ni sacarnos una foto!”, dice [F], mientras [H] remarca “¡qué características tan distintas a los usos que les damos!”.
- Sigue [G]. A poco de iniciar [H] y [D] adivinan que es Whatsapp, e incluso una menciona que ella probó la cuestión del cifrado de extremo a extremo entre el teléfono suyo y del novio. Les digo que pensemos si nos sirve para el laboratorio y dicen que si, sobre todo para las reuniones. Ahí mismo se organizan, y [B] queda a cargo de armar un grupo de Whatsapp como una vía de contacto interna.

- Sigue [B]. No ubican qué tipo de red es, y al finalizar les aclaro que se trata de una especie de Facebook pero del software libre, como Linux. Vemos el nombre: Diáspora. A [F] le gusta mucho el nombre, pero el grupo en su totalidad decide descartarlo porque no es familiar al usuario.
- Sigue [H]. Lo empieza a leer y por sus características es descartado rápidamente, sin discusión, porque se trata de una red que intercambia sólo imágenes.
- Sigue [D]. Lee la descripción y queda descartado, esta vez, porque no interesa el público (es para adolescentes).

Al ver que Facebook había quedado afuera, [F] se cuestiona si no debemos considerarlo. Digo que igualmente este ejercicio no es para cerrar la discusión sino para decidir inicialmente con qué redes sociales trabajar, sin guiarnos por el prejuicio de lo que conocemos. Surge también la duda de cómo se gestionaría esta red, en particular los comentarios. Queda pendiente su desarrollo para un futuro. Por ahora, se decide trabajar con el sitio web, YouTube, LinkedIn, Skype y Whatsapp.

Preguntan por el logo y les muestro los primeros dibujos. Opinan y brindan posibilidades de formas de lazo y colores, pero nuevamente se hizo la hora de cierre y el tema queda para tratarlo en la próxima reunión.

#### **Encuentro 4 (24-10-2016):**

Inicio mostrando los logos que en el encuentro anterior habían seleccionado, pero pasados a Corel. Son estos:



Destacan la idea de lazo del primero porque le da más movimiento. En cambio el segundo les parece más estático. Tampoco convence la idea de la ciudad implicada en este último porque conserva una mirada más física respecto de cómo la concebimos.

Al mostrarlos en pantalla, les gusta el verde elegido (que es más oscuro que el del logo anterior), pero el de las ciudades no gusta en colores tanto como en blanco y negro. Del primero les resulta extraña la tipografía, que tal vez habría que afinar algunas o engrosar otras; que la "S" tiene un estilo más de "Z".

Acto seguido, les muestro cómo quedaría ese logo en la web, además de enseñar los avances en términos de las fotos sumadas y los textos incorporados. También les

muestro ese mismo logo en el canal de YouTube e indico que no avancé con la plataforma de LinkedIn porque realmente no estaba decidido el logo final.

Hablamos de los distintos usos que puede tener el logo: como membrete, como encabezado, para presentaciones, etcétera.

Paso luego al tema de los textos, aclarando que en realidad ése es el eje de este TIF en Edición, y que para eso voy a necesitar la ayuda del grupo a fin de determinar qué características tendrán los mismos, en base a las expectativas y sentidos de lo que quieren mostrar a los potenciales públicos. Aclaro que son textos cortos, excepto por la nota de opinión, y revisamos las pestañas:

Proyectos: [F] pide incluir tanto los de extensión e investigación, por orden cronológico.

Equipo: [B] y [E] la llamarían “Quiénes somos”, pero acoto que el Quiénes somos está en la página de inicio.

Los íconos de las redes sociales están incorporados ya, pero [F] repite que la intención de tener un Facebook es para estar en contacto con las mesas barriales y demás organizaciones. Decidimos mantener esos contactos a través de nuestros Facebook personales, y eventualmente en un futuro (siempre que lo consideremos pertinente), armaremos uno para el LILSU. Considero que en última instancia el Facebook que alguna vez se tuvo (el del proyecto de *Participar para Registrar*), se podría incorporar en el espacio donde contamos sobre el mismo, y evitamos así la confusión de sumarlo a la página de inicio, cual si fuera un contacto vigente. Además, surge la inquietud de que dentro de unos años ni siquiera sea Facebook una red de uso común.

Vuelvo al tema de los textos y les digo en qué secciones necesito que escriban. Les indico el “TPH” (Tarea Para el Hogar) preparado para este encuentro, explicando que las decisiones iniciales respecto de la extensión y elementos del texto tienen que ver con el espacio disponible:

<b>TPH – WEB LILSU</b>	<b>Fecha de entrega: 31-10-2016</b>
<b>EDITORIAL</b>	
Foto B/N de quien escribe	
Título: 7 palabras	
Fecha:	
Copete: 250 caracteres con espacios (3 ó 3 líneas // 35 palabras), letra 16, centrado	
Texto: 3000-3300 caracteres con espacios // 35 líneas // 600 – 630 palabras	
<b>PROYECTOS</b>	
Título del proyecto	
Foto: 1 por proyecto	
Frase o Copete: 1 por proyecto de entre 10-15 palabras	
Descripción: 600 caracteres con espacios // 6 ó 7 líneas // 100 – 110 palabras	
<b>Proyectos realizados o vigentes</b>	

<p>Título del proyecto: Clubes Sociales: hangares vacíos o potenciales espacios de reconstrucción y consolidación de vínculos urbanos  “Copete”:Código P/140 - UNLP  Período: 01/01/2006 – 31/12/2009  Directora: María Eugenia Rosboch  Descripción:</p> <p><b>PUBLICACIONES</b>  Título de la ponencia o publicación:  Ícono: logo de la universidad o editorial que publica?  Foto: Buscar logos de cada evento donde se presentaron  Frase: Nombre de la mesa  Descripción: 600 caracteres con espacios // 6 ó 7 líneas // 100 – 110 palabras</p>
---

La primera cuestión que surge es sobre los textos de extensión que no tienen que ver con la presentación formal a la UNLP. Se aclara que están en distintas pestañas (en Lazos con la Comunidad).

Luego les pregunto si los textos de los proyectos deben ser publicados tal cual se los presentó en su momento o si vamos a apelar a una explicación más amena. Se decide que se respetará la versión original, salvo por cuestiones de extensión.

Acto seguido se plantea la cuestión de las publicaciones: ¿cuáles visibilizamos? ¿Las colectivas? ¿Las que atañen a la temática? Esto lleva un largo debate. Descartan publicar todas las presentaciones que hizo cada integrante y deciden limitarse a las que se vinculan con la temática del laboratorio. Al respecto, preguntan si se puede poner el link para descargar el trabajo completo. Digo que tengo que averiguarlo.

[F] sugiere a [A] que escriba una introducción a este apartado para aclarar qué publicaciones incluye. Esto lleva a un nuevo debate: ¿Publicaciones es el término justo? Surge como opción “Sistematización de experiencias” (en el sentido de reflexión teórica del campo y posicionamiento del LILSU frente a esa experiencia). Les pido elegir una sola palabra, a fin de que entren bien el resto de las pestañas. Queda entonces “Experiencias”. [F] se queda con la tarea de armar una introducción para la parte de proyectos y [G] hará una introducción a la solapa de “Experiencias”.

Pido para el próximo encuentro que cada uno piense cuál de sus publicaciones incluiría, pero queda pendiente discutir qué pasa con los nuevos integrantes, que no tienen publicaciones aún implicadas en la temática del LILSU.

Repasamos los ejes, categorías de análisis y trabajos que hemos atravesado en nuestro trayecto como laboratorio: “Clubes, Categorías de análisis, Medio Ambiente, Categorías metodológicas” [F]; “De ahí salen sistematización, Lazos con la Comunidad...” [G] Estos últimos serán subtemas para el apartado de “Experiencias”.

## **Encuentro 5 (07-11-2016):**

Empiezo la reunión mostrando los avances en la web y en particular los textos sobre los proyectos. Se sugiere incorporar una foto del mapa de los clubes para el primer proyecto y se cuestiona la inclusión y orden de algunos datos. Decidimos que irán los proyectos de extensión e investigación mezclados, ordenados sólo por orden cronológico, para mostrar cómo crecimos (que fue sin hacer esa distinción).

[E] sugiere armar una lista en la parte superior con el link para ir directamente al proyecto, y desde el proyecto, un link para volver al índice.

También decidimos sacar los íconos preconfigurados de la planilla, a modo de identificación del tipo de publicaciones, en el apartado homónimo.

Tomo nota sobre los consensos para escribir en ese apartado:

- Sobre la extensión: que no quede muy largo, pero tampoco tan corto como lo había sugerido originalmente. Acordamos en que los resúmenes sean de alrededor de 150 palabras.
- Sobre la persona desde la que hablamos: hay un acuerdo unánime en que usemos un nosotros inclusivo y no la forma que usamos en los informes (“El proyecto se realizó...”). “El LILSU es un Nosotros” [G]. Digo que hay que decidir eso porque es una decisión editorial y no algo que tiene que ver con una corrección ortográfica o gramatical, por ejemplo. Este punto, sin embargo, genera una discusión entre [E] y [A] principalmente, respecto de las formas personales que se utilizan en las tesis y otro tipo de escritura académica que te llevan a alejarte del objeto de estudio. La posición del laboratorio apunta a reconocer que el lugar del investigador está construido con su objeto de estudio, que en realidad es sujeto que interactúa y dialoga también con nuestros saberes. [F] historiza un poco sobre cómo fue cambiando la escritura académica desde los años 40 en adelante. La discusión del “yo” se avalaba entonces por el neutro; en 1960 empieza a plantearse la cuestión de escribir en primera persona; el “nosotros” apunta a la discusión política de cómo se involucra el investigador.
- Titulación: se establece un orden definitivo para los datos de las publicaciones.
  - Arriba de la foto: Título de la ponencia o artículo.
  - Foto (referencia gráfica al evento).
  - En el cuadro verde que está sobre la foto: evento o revista donde se publicó y el año; 3 palabras clave; autoría principal.
  - Debajo de la foto: síntesis (1 párrafo con 150 palabras); autoría completa; “Descargar PDF” ó “Link de la Jornada”; ISSN o ISBN, si lo tiene. Hay una discusión sobre si hay que poner a disposición el archivo a descargar. [A] y [B] opinan que no tiene sentido poner sólo resúmenes; [G] dice que no hace falta;



[F] acota que se puede poner un contacto para que se pida el archivo al grupo del Laboratorio; [G] y [B] remarcan que el problema con los links es que al pasar el tiempo corrés el riesgo de que no funcione, por eso en general decidimos que lo mejor es descargar el PDF, si es posible técnicamente.

- Tiempo verbal: utilizaremos el presente, por considerar los temas como vigentes. A partir de esto surge la aclaración de que el “nosotros” se usará en caso de que la autoría sea plural. Si uno solo escribió el artículo usará la forma: “En el trabajo presento...”

Pasamos a la introducción de las pestañas. Empezamos por la de “Sistematización de experiencias”. Discutimos sobre la palabra que define el apartado y luego pregunto si pensaron alguna palabra para el resto de las pestañas, por lo que se replantea el nombre de las siguientes:

- Reflexiones: espacio que le escapa a la idea de “Editorial” y para la que se propuso también “Opinión”, “Posturas”, “Tramas”.
- Eventos: genera dudas el nombre original de “Agenda”. Se establece que sea sobre los eventos a los que deseamos asistir. Pregunto si son los propios o ajenos, a lo que [G] dice que el evento es algo sin planificación. También preguntan si son sólo científicos.

Charlamos sobre la próxima reunión y en ese sentido, ver efectivamente los textos que cada una debía traer sobre sus publicaciones. Suma [G] el compromiso de juntar o seleccionar las fotos de las “Producciones” (artículo o ponencia); [B] pide que mande por mail nuevamente los requisitos para completar esta pestaña.

Leemos a continuación la introducción hecha sobre la pestaña “Lazos”. Hablamos de distintos materiales que contiene ese apartado, incluyendo aquellos que tienen que ver con otros formatos (por ejemplo los videos). Esta pestaña, de igual manera, lleva más fotos que relato.

Al ver que se acerca el final del encuentro cada una repasa sus tareas. [B] dice que no está segura de si sus publicaciones pueden coincidir con el perfil deseado para ese apartado. Decidimos poner las más significativas, no todas.

### **Encuentro 6 (21-11-2016):**

Este encuentro comienza tarde porque se discute un tema particular del laboratorio antes. Anuncio entonces que el tema adeudado de revisar los textos quedará para la próxima.

Les muestro manuales de estilo de revistas y les cuento que el próximo paso a dar para el TIF es armar el instructivo que, aclaro, será mucho más breve y adaptado a la

web, pero que me interesa que a medida que vaya avanzando, lo vayan revisando y “poniendo a prueba”.

Consideramos entonces qué reuniones quedan hasta finalizar el año. Son dos. Acordamos entonces que para el 5/12 todas me hayan mandado los textos adeudados, aunque ya son pocas las que adeudan algo.

Les planteo un tema más corto pero que tiene que ver con la resolución de la página: el logo. Les indico las correcciones que me han hecho al logo inicial y la nueva versión, que no me convence a mí ni a los diseñadores. Les cuento que voy a seguir trabajando con ellos y que es probable que sólo luego de que lo aprueben voy a mostrar las opciones al grupo.

También menciono la posibilidad de sacar las fotos faltantes otro día, con la profesional que realizó las anteriores. Pregunto si en ese apartado (Equipo), es correcto el orden de las fotos y la información. Acuerdan que sí. La información a volcar es: Foto; Título, nombre; Función en el LILSU; N° de ORCID.

Finalmente, les cuento lo que pude resolver respecto de la pestaña de Proyectos y los links que se dirigen desde el índice a la síntesis de cada uno y viceversa. Les aclaro que sólo encontré la posibilidad de incluir un link que redirija desde la síntesis del proyecto hacia el índice. Acuerdan que eso está bien.

### **Encuentro 7 (05-12-2016):**

Hago un recuento de las etapas concluidas: la capacitación y el logo, que si bien no se ha resuelto, conozco ya lo que opinan al respecto.

Les planteo el tema del instructivo; me piden que explique a qué me refiero y luego de hacerlo les pido que me digan, a partir de las preguntas que les indicaré a continuación, qué información (que no tiene que ver con lo técnico sino con el estilo), debemos incluir. En ese camino decidimos sobre los siguientes puntos:

- ¿Usamos bibliografía en las Reflexiones? Rápidamente [F] dice que no, que debemos usar una escritura más libre, bajo la forma “Como diría Canclini” o “En términos bourdianos”. [G] da por sentado que se usará de esa manera, y acuerdo con que el rigor académico no debe estar disfrazado de tecnicismos. También consensuamos en que el espacio de “Reflexiones” tiene que tener disparadores sobre temas, sin notas al pie.
- En las “Publicaciones” tampoco incluiremos notas al pie porque se supone que ellas mismas son explicativas de algo. Acuerdo porque, en cualquier caso, estará la posibilidad de descargar el documento. Surge nuevamente este concepto: la web del LILSU no tiene que ser un trabajo académico, sino que tiene que dar cuenta de que hay gente que está trabajando académicamente sobre tal tema.

- Retomando una inquietud del encuentro anterior, les cuento qué entiendo por cuestiones de estilo. Para eso les leo una definición del Manual de Colima (México), que llevé a tal efecto.
- Dado que apareció en los resúmenes, les explico qué opciones tenemos para decidir sobre el uso de comillas o negrita. Utilizaremos las comillas cuando haya una ironía, pero no cursiva para reforzar un concepto. En tal caso, si se quiere remarcar conceptos, se puede utilizar un resaltado, como hacen en las revistas, y sólo en el caso de las “Reflexiones”. [D] aporta que hay que tener en cuenta qué tipo de público tenemos y si establecemos con el lector eventual el tipo de complicidad en la lectura desde el que escribimos. El resaltado nos evita las dobles interpretaciones y además es una herramienta visualmente atractiva.
- Uso de tecnicismos: usamos lo que dice el Manual de Colima para contar la finalidad de escribir claramente (sin vueltas).
- Uso de siglas: se aclara primero qué significan (entre paréntesis) y luego se utiliza la sigla sola.
- No se usarán abreviaturas (se discute sobre todo con el tema del “etcétera”).
- Cuestiones de género: sin que termine de plantear el tema, [G] y [F] piden que no se use ni la X ni el arroba; [A] dice que está de acuerdo con evitar ambos signos, pero no la distinción de género para artículos porque, dice, “atrás de eso hay una cuestión militante y que incluso puede ser un punto en el que no estemos de acuerdo. Corregiría lo leído aclarando que el uso de la distinción de género por artículo (las/los) es un recurso que queda a criterio del redactor. Esto considerando que el lugar donde más se va a ver es en la Reflexión, que va a firmada”.

Finalizado este repaso, [F] sugiere que el instructivo sea para sitios web académicos, para evitar que lo evalúen con la rigurosidad de un manual de estilo gráfico, con todas las cuestiones que se consideran en un producto gráfico.

Repasamos tareas: [G] se compromete a sintetizar la introducción a la pestaña Lazos; [F] pregunta cuándo podría llegar a estar lista la página. Contesto que tengo la intención de que en marzo tenga listas todas las pestañas de la web y redes sociales a utilizar, aunque estén incompletas.

A modo de cierre, [G] cuenta que tuvo un contacto con la gente de la mesa barrial de Villa Elvira, en base a lo cual pregunto si ponemos algo así como “El LILSU en los medios”. [F] dice que podría incorporarse un foro, una herramienta ya armada por la facultad, que lo único que hay que organizar es cómo lo sostenemos. Propone que esté esta instancia como contacto y también otro espacio donde esté la espontaneidad de las reacciones, con nombres como: “El LILSU y otros contactos”, “El LILSU y sus apariciones”, “El LILSU y sus abrazos”, “El abrazo de otros”, con esa idea de que es

un mimo lo que hacen. También otros nombres que conjuguen la parte de las críticas: propone en broma “Caricias y cachetadas”, a lo que replicó “El LILSU, sus lazos y sus nudos”.

Por último, se decide cambiar las palabras ubicadas sobre la foto panorámica del “Inicio” por: tramas, cartografía, ciudadanía, imaginarios.

## PROPUESTA DEL INSTRUCTIVO

### Índice

- 1- Algunos principios pedagógicos del producto
- 2- Propuesta estética y diseño
- 3- Gestión de contenidos
- 4- Presupuesto
- 5- Propuesta de evaluación

### 1- Algunos principios pedagógicos del producto

Antes de avanzar con las especificidades del instructivo, es válido remarcar algunos fundamentos pedagógicos del mismo. El desarrollo de un producto como el que se ha planificado, presupone el uso de los conceptos establecidos en el marco teórico para comprender más claramente las condiciones de producción del contexto en el que se inserta la propuesta, así como las necesidades (demandas, problemáticas y carencias) que hacen que en una unidad de investigación social sea pertinente el uso de un tipo específico de canales de comunicación —los *social media*— y urgente su capacitación en términos de escritura y edición. Pero el instructivo es también un material educativo, porque su creación implica una instancia de enseñanza (volcada, como hemos visto, en la etapa de capacitación), y además porque él mismo es un documento en donde se plasma la concepción que tenemos sobre el aprendizaje. A algunas de estas cuestiones refiere Daniel Prieto Castillo, quien analiza cómo se significa el proceso de aprendizaje, entre otras cosas, a partir de la institución educativa y los textos que circulan en ella:

Se aprende en relación con esos muros, con esas carencias o con la sobreabundancia de medios, con los ordenamientos internos (apenas esbozados o gritados a los cuatro vientos), con el burocratismo, con los materiales y el discurso propios de esos espacios (Prieto Castillo, 1995: 39 - 40).

Pero también, decíamos, se aprende con el texto. En este caso el autor exige un tipo de texto que sea abierto (a nuevas propuestas, a nuevas discusiones), y que incite el diálogo del sujeto con los saberes que éste trabaja, del sujeto con su subjetividad y sus experiencias y también con su contexto, que le proponga nuevos aprendizajes y sean herramientas —no parámetros— pedagógicos. La propuesta pedagógica debe alcanzar al sujeto y problematizarlo consigo mismo, que es la instancia en donde todos los saberes apropiados se asentarán, discutirán, reformularán o cambiarán de lugar; pero es la instancia también en donde todo aquello que se asiente, discuta, reformule

y/o cambio será parte del sustento de los saberes y aprendizajes futuros, tanto como de la manera en que actuará al respecto.

Por estas razones, el instructivo debe contemplar la posibilidad de ser corregido, completado y marcado para mejora permanente. Es, en ese sentido, una propuesta abierta a distintos usos e intervenciones.

## **2- Propuesta estética y diseño**

### *Estructura general del instructivo:*

Se ha previsto que este instructivo utilice como producto principal una plataforma web gratuita (wixsite), con los debidos cuidados estéticos, a los fines de que su desarrollo acompañe en la práctica los ejes de la capacitación en edición de contenidos para *social media*. De esta manera, el instructivo es un resultado de la capacitación que incluye, a su vez, las indicaciones sobre cómo apropiarse de lo que antes fue una herramienta didáctica: la web del laboratorio. Es por ello que la organización de este documento sigue, en gran parte, la propia estructura de la página, con las indicaciones sobre cómo administrar cada espacio (o pestaña) y el estilo de los textos, herramientas de evaluación de resultados y percepciones sobre el sitio y su funcionamiento (por ejemplo, encuestas para los lectores), todo esto a los fines de motivar la actualización del sitio de forma sencilla. De esta manera, los espacios determinados para publicar información quedan expuestos en forma de “capítulos”, de la siguiente manera: “Inicio” (nombre y datos institucionales completos, temática y alcance del laboratorio, objetivos, contactos), “Reflexiones” (notas de opinión), “Proyectos” (de investigación y extensión), “Capacitación”, “Prestaciones” (incluye “Propuestas” y “Antecedentes”), “Lazos”, “Producciones”, “Eventos” y “Equipo”.

### *El diseño del logo como identidad unificada del LILSU:*

Se mencionó anteriormente como un aspecto positivo que facilitaría la viabilidad del proyecto, que ya en 2013 el grupo del LILSU había acordado cuestiones sobre la identidad visual del laboratorio. Tales acuerdos fueron producto de charlas entre los investigadores y un largo proceso de diseño que derivó en la creación de un isologo de este espacio, adaptado para sus diferentes usos: como membrete, como encabezado en las hojas y como insignia en los carteles, todo con sus variantes en color, tonos de grises y blanco y negro, según las posibilidades de impresión previstas.

El trabajo de rediseño del logo duró aproximadamente seis meses, desde las primeras propuestas que se trabajaron con los integrantes del LILSU hasta el inicio de las reuniones periódicas con Licenciados en Comunicación Visual de la facultad, desarrolladas desde noviembre de 2016. La incursión en algunas herramientas de esta

disciplina, tanto como la incorporación a este proceso de los integrantes del LILSU, favoreció a que todos nos pudiéramos acercar a lo que significa construir una identidad visual propia: consensuar las expectativas de cada uno, evaluar todos los bocetos, ser pacientes con los resultados y con los tiempos, comprender las justificaciones de los “pequeños cambios”... todo contribuye a uno de los sentidos del Trabajo Final de la Especialización, que no es en sí el resultado del diseño sino la capacidad de interactuar desde diversas disciplinas, comprender el trabajo del otro y acordar metas claras que satisfagan a todos.

El nuevo logo del LILSU fue diseñado para ubicarlo al menos en la página web y en las redes sociales elegidas (además de utilizarlo en cualquier opción gráfica que represente al Laboratorio), pero además sus integrantes —conociendo ahora, por haber participado en el proceso, los sustentos de esta marca—, podrán hacer un correcto uso de la imagen. A los fines de sintetizar las características de la marca y los ejes relevantes de su desarrollo se destacan los siguientes puntos:

- a. El LILSU es un espacio que nuclea la actividad de académicos que estudian la construcción y regeneración de lazos socioculturales en espacios urbanos desde una perspectiva interdisciplinaria anclada en el campo de la comunicación. Por lo tanto, son sus características más representativas el trabajo con y desde la diferencia (y muchas veces el contraste: de voces, de disciplinas, de posiciones sociales y político-ideológicas, etcétera), y los lazos sociales como objeto de investigación en los espacios urbanos.
- b. Al ser una sigla el nombre representativo del laboratorio, el rediseño del logo incluye una apoyatura de marca, ya que la idea de “LILSU” requiere otros elementos para ser comprendida en el sentido global expresado en el punto 1.
- c. Parte de esos elementos incluyeron trabajar la tipografía, los colores y la posición de los textos de forma armónica.
- d. Se retomó el color verde utilizado en la pintura del espacio físico que ocupa el laboratorio, que fue a su vez motivo de discusiones y consensos previos del grupo; la combinación con el tono de gris responde en parte, a causas similares (las puertas y marcos de la oficina ya estaban pintados previamente de ese color), pero además porque el sitio web de la facultad, así como algunos logos de las otras unidades de investigación de la institución, también utilizan la combinación de un color y un tono de gris.
- e. La tipografía de la sigla fue seleccionada también con el criterio de mantener algunas ideas consensuadas del primer logo. Se eligió una letra parecida a la original y se unió la L de “Lazos” con la S de “Socio-Urbanos”, tanto porque los Lazos Sociales son un concepto clave para este laboratorio, como por la

posibilidad de expresar en esta unión una línea continua que enlaza, justamente, las dos letras.

- f. La sigla se presenta en dos colores, significando el contraste y la diferencia explicada en el primer punto, pero apelando además a producir mayor impacto de las letras L y S unificadas.
- g. La tipografía de la apoyatura de la marca fue seleccionada en base a aquellas que posibilitan su mejor lectura (sin serif, con interlineado e interletrado que no convierta al texto en una línea al reducirlo de tamaño, y bordes apenas redondeados para asemejarlos a la letra de la sigla). Se eligió además un tono de gris que contraste con el fondo blanco pero que no compita con el tono de la sigla.
- h. Siempre que sea posible, se recomienda el uso de la marca con su apoyatura. Sin embargo, en casos en los que haya que reducirla demasiado y esta última resulte ilegible, se podrá utilizar la sigla y el desglose a su derecha, con la tipografía indicada. Se deja a consideración también, el uso de la L y S unificadas como ícono de la marca.
- i. En caso de que sea necesario para la impresión de documentos, se utilizará la versión en tonos de grises.

### **3- Gestión de contenidos**

Para alcanzar los objetivos y metas planteados, el “equipo editorial” de esta plataforma deberá repartirse tareas, a fin de que ninguno se recargue en desmedro de las que ya realiza. De esta manera, el equipo podrá decidir, por ejemplo, si habrá un responsable general para la plataforma principal (web) y editores específicos para las redes sociales. Esto implicaría que los editores específicos sean responsables de cargar la información que le envíen los otros colegas del grupo, mientras que el Editor General se encargaría de replicar la información pertinente en el sitio y cerciorarse de que esté también presente en las otras redes.

Otra opción es que haya proveedores de información (a modo de “corresponsales”), que serán entonces aquellos que habitualmente se encargan de reunirse con otros investigadores o de establecer nuevos contactos, y estarán por ende pendientes de la agenda de actividades o de la información relevante en otras instituciones y medios.

En cualquier caso, es necesario que todos conozcan el instructivo y las pautas de publicación para facilitarse información lo más editada posible, y a la vez considerar que estos roles definan responsabilidades, más no exclusividades: si alguien que no es corresponsal obtiene de primera mano una información, podrá derivarla para su publicación a quien corresponda.



Lo importante es que la distribución de tareas esté acorde al perfil de cada investigador en cuanto a intereses, capacidades, funciones dentro del grupo y su relación con las nuevas tecnologías. Un orden coordinado permitirá no sólo la correcta actualización de las plataformas, sino también la posibilidad de incorporar profesionales externos (tal como lo han requerido en el pasado, con un fotógrafo o un productor audiovisual), sin que ello afecte negativamente la dinámica del grupo.

#### 4- Presupuesto

Para realizar las tareas mencionadas en el punto anterior, el Laboratorio cuenta con la reciente incorporación de hardware y software pertinente, a la que se tuvo acceso tras ser beneficiado con dos subsidios para jóvenes investigadores otorgados a dos de sus integrantes. Esto posibilita que desde el LILSU se pueda editar material multimedial, imprimir, navegar por Internet, escanear y grabar.

Por otra parte, dado el contexto de origen del producto (universidad pública) y dados los destinatarios presentados, se prevé que los materiales resultantes de este proyecto de profesionalización sean sin fines de lucro. Por esta causa, es importante aprovechar los canales de comunicación establecidos por la propia institución (universidad y/o facultad), para promocionar su existencia y otorgarle la visibilidad deseada. El instructivo tendrá una circulación interna al grupo de investigación, pero también se procurará que el mismo, como parte de la propuesta de profesionalización de una unidad de investigación de la facultad, sea conocido por integrantes de otros equipos que así lo requieran, a fin de que eventualmente se puedan también compartir estrategias para solucionar problemáticas de espacios afines.

ACTIVIDAD	TAREA	INSUMOS / HONORARIOS	PRESUP. PARCIAL	PRESUP. TOTAL
<b>DIAGNÓSTICO</b>	DIAGNÓSTICO DE PLATAFORMAS WEB, BLOGS Y REDES SOCIALES DISPONIBLES Y EVALUACIÓN EN TÉRMINOS DE ACCESIBILIDAD Y USABILIDAD.	COMUNICADOR*/ INFORMÁTICO / DISEÑADOR	2.070 \$	21.046 \$  (SE CONSIDERAN AQUÍ 8 MESES DE INTERNET= 2784 \$)
		COMPUTADORA CON INTERNET*	12.000 \$ + INTERNET/ MES 348 \$	
	- JORNADA CON INTEGRANTES DEL LABORATORIO PARA PRESENTAR PROPUESTA, SONDEAR USO DE TECNOLOGÍAS AFINES, EXPECTATIVAS SOBRE EL PRODUCTO, POSIBLES ROLES EN SU GESTIÓN. - DEFINICIÓN DE REDES SOCIALES, WEB Y/O BLOG A UTILIZAR PARA LA PROPUESTA.	COMUNICADOR*/ INFORMÁTICO / DISEÑADOR	300\$ HORA +830 PREZI	
		IMPRESORA Y HOJAS PARA EL PREZI Y ENCUESTA*	2.999 \$ + RESMA DE HOJAS 62 \$	
<b>PAUTAS DE ESTILO</b>	ANÁLISIS DE POSIBILIDADES DE EDICIÓN DEL MATERIAL (LÍMITES Y POTENCIALIDADES DE ESCRITURA DE LAS PROPIAS REDES SOCIALES, WEB Y/O BLOG).	EDITOR*	300\$ HORA	1.960 \$
		COMPUTADORA CON INTERNET*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
	REDACCIÓN DE LAS PAUTAS DE ESTILO DEFINIDAS EN TORNO A CADA PLATAFORMA ELEGIDA.	EDITOR*	1.660 \$	
		COMPUTADORA*	DISP. CON LA 1º ETAPA	

<b>DISEÑO</b>	ANÁLISIS DE POSIBILIDADES DE DISEÑO DEL MATERIAL (HERRAMIENTAS QUE PROVEEN LAS PROPIAS REDES SOCIALES, WEB Y/O BLOG EN ESTE ASPECTO).	DISEÑADOR/ COMUNICADOR*	300\$ HORA	6.670 \$
		COMPUTADORA CON INTERNET*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
	PRESENTACIÓN Y DEFINICIÓN DE PROPUESTA DE DISEÑO DEL MATERIAL CON EL EQUIPO DEL LILSU.	COMUNICADOR*	300\$ HORA +830 PREZI	
		COMPUTADORA PARA EL PREZI*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
	DISEÑO DEL MATERIAL PROPUESTO Y REDISEÑO EN BASE A LAS MISMAS PAUTAS PARA LAS PLATAFORMAS PERTENECIENTES AL LILSU.	DISEÑADOR/ COMUNICADOR*	5240 \$	
<b>CONTENIDOS</b>	- EXPLORAR CONTENIDOS DE LAS PLATAFORMAS DEL LILSU. - RECABAR INFORMACIÓN ACT. DEL LILSU. - DETERMINAR TEMAS Y SECCIONES DE LAS NUEVAS PLATAFORMAS - ESCRIBIR CONTENIDOS.	COMUNICADOR*	2.400 \$	3.600 \$
		COMPUTADORA CON INTERNET, GRABADOR PARA ENTREVISTAS*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
	EDITAR CONTENIDOS SEGÚN PAUTAS Y DISEÑO ESTABLECIDO	EDITOR*	1.200 \$	
		COMPUTADORA*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
<b>INSTRUCTIVO</b>	- ESTABLECIMIENTO DE PROCESOS, ROLES Y FUNCIONES PARA LA GESTIÓN DE LAS PLATAFORMAS PROPUESTAS. - ESCRITURA DEL INSTRUCTIVO	COMUNICADOR / EDITOR*	1.660 \$	5.290
		COMPUTADORA*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
	MAQUETACIÓN Y DISEÑO DEL INSTRUCTIVO.	DISEÑADOR / COMUNICADOR*	2.500 \$	
		COMPUTADORA + PROGRAMAS*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
	JORNADA CON EL LABORATORIO PARA PRESENTAR PROPUESTA, POSIBILIDADES Y UTILIDADES DEL PRODUCTO, ROLES PARA SU GESTIÓN.	COMUNICADOR / EDITOR*	300\$ HORA +830 PREZI	
		COMPUTADORA, IMPRESORA Y HOJAS PARA EL PREZI*	DISP. CON LA 1º ETAPA	
				38.566 \$

El presupuesto establecido<sup>8</sup> fue formulado sobre el hipotético caso de que el equipo de investigadores requiera los servicios de un profesional externo para una o más de las tareas mencionadas en el cronograma. Sin embargo, debe recordarse que el espíritu de este proyecto es, justamente, que los materiales resulten factibles de ser desarrollados por personas que no necesariamente posean el conocimiento específico necesario y puedan, en cambio, basarse en el instructivo propuesto en este trabajo. En este sentido, los costos de insumos e imprenta están resaltados con color, por tratarse de gastos que deben hacerse aunque no se requiera un profesional externo. También están aclarados, con asterisco, aquellos insumos de los que dispone actualmente el LILSU.

<sup>8</sup> Los costos fueron obtenidos del Tarifario Modelo de la Cámara de Diseñadores en Comunicación Visual, Fibertel y la oferta informática de los locales Musimundo y Compumundo de la ciudad de La Plata, todos vigentes para agosto de 2015.

## 5- Propuesta de evaluación del Instructivo

Tal como se adelantó en la propuesta de evaluación de la capacitación, se realizará una encuesta al grupo del Laboratorio para examinar, entre otros aspectos, si los productos cumplieron sus expectativas o si se puede coordinar su gestión. En este sentido. El objetivo de tal encuesta es evaluar los resultados (observaciones, dificultades y beneficios) obtenidos luego de probar el instructivo y las nuevas plataformas del LILSU. Esto implica reconocer dicho documento como resultado de la capacitación pero también como herramienta para el uso y actualización de la web y las redes sociales. De esta manera, el instructivo es el producto principal porque en él se concentran las decisiones editoriales del LILSU para la gestión de sus canales de comunicación, pero no desconocemos su articulación y dependencia con el proceso de capacitación a través del cual fue generado.



Universidad Nacional de La Plata  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Especialización en Edición

### ¿QUÉ HACE UN EDITOR EN MI LABORATORIO? EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LOS PRODUCTOS

#### 1- ¿De las redes sociales vistas en la capacitación, cuáles usás cotidianamente? (Marcar con X)

Google +	Youtube	Linkedin	Whatsapp
Snapchat	Tumblr	Twitter	Pinterest
Vimeo	Skype	Instagram	Facebook

#### 2- ¿Qué te aportó el rediseño del logo? (Marcar con X y/o completar)

Conceptos específicos del diseño	Nada
Mayor comprensión de la identidad del LILSU	Algo más: _____

#### 3- ¿Qué te aportó el proceso de la capacitación? (Marcar con X y/o completar)

Conceptos específicos de la edición de textos	Nada
Hábitos de corrección de textos	Algo más: _____

#### 4- ¿Qué información buscás cuando mirás la web del laboratorio? (Marcar con X y/o completar)

Objetivos	Actividades realizadas	Equipo
Proyectos	Producciones académicas	Algo más: _____

#### 5- ¿Para cuál de las pestañas de la web aportaste o aportarías información? (Marcar con X)

Inicio	Capacitación	Producciones
Reflexiones	Prestaciones	Eventos
Proyectos	Lazos	Equipo

#### 6- Comente la información que NO encontró en:

El instructivo: .....

.....

La web: .....

.....

Canal de YouTube: .....

.....

Linkedin: .....

.....

#### 7- ¿A quiénes les contarías sobre la web?

.....

.....

#### ¿Y sobre las redes sociales?

.....

.....

## MEMORIA DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL INSTRUCTIVO

Las pautas para el instructivo fueron tomando forma en la misma práctica de la capacitación, esto es, en la construcción prototipo del sitio web, donde se fueron probando las diferentes alternativas de estilo, así como ejemplificando los usos de los *social media* elegidos y, fundamentalmente en todo ello, donde se fue mostrando la importancia de tener pautas claras de edición. Por lo tanto, para ordenar los debates surgidos a partir de las consignas de trabajo, las modificaciones realizadas, la relación entre los textos escritos por el LILSU y la propuesta editada de tales contenidos (ver Anexo), se respetó la estructura final de la web (<http://unlplilsu.wixsite.com/lilsu>). De esta manera, cada pestaña del sitio representa un tema (vale recalcar, ampliamente discutido), y a la vez se configura un índice del instructivo con un orden lógico de uso, ya que cada vez que un integrante del Laboratorio quiera, por ejemplo, revisar las pautas de escritura para agregar una publicación, no tendrá más que recurrir al documento y buscar la pestaña “Publicación”.

### Inicio

Esta pestaña fue, de alguna manera, la más consensuada en cuanto a contenidos, ya que, al consultarles, cada integrante del Laboratorio demostró tener una lectura de sitios web y de este espacio específicamente como el lugar en donde se concentran las características identitarias de la unidad de investigación. En este sentido, el trabajo estuvo sujeto a definir con exactitud y brevedad la esencia de cómo nos describimos, tanto como de ubicar estratégicamente la información, considerando que una plataforma web no es un libro que se lea linealmente, sino que responde a las características del hipertexto. Tal como se reconoce en algunas pautas relevadas en el marco teórico, se procuró, por ejemplo, ubicar los datos de contacto y los links de las redes sociales a pie de página como elemento fijo, ya que tal información tiene que estar presente, sea cual sea el link por el que ingrese el internauta.

### Reflexiones

Aunque muchas de las pautas que siguen a continuación fueron planteadas para la generalidad de la escritura en la web, se decidió tenerlas en cuenta sobre todo en este apartado porque es el lugar donde distintas personas expresan opiniones desde diferentes perspectivas y posicionamientos. Bajo estas consideraciones, los temas llevados a discusión durante la capacitación fueron:

- Aclarar cuál es nuestro lector objetivo.
- Aclarar qué recursos retóricos incluyen las notas: narrar, explicar, describir, definir.

- Evitar el uso excesivo de tecnicismos, palabras extrañas, párrafos demasiado largos, primacía de ideas secundarias sobre las primarias, repetición y redundancia.
- Debatir sobre recomendaciones tipográficas, ortográficas y gramaticales (uso del guión, cursiva, comillas, etcétera).
- Definir si se permitirán redacciones que impliquen citar bibliografía.
- Establecer si se permitirán abreviaturas o el uso de siglas.
- Definir cuestiones como el estilo utilizado para la separación de palabras clave (relevante para la edición de publicaciones).
- Discutir sobre el uso de géneros gramaticales.

En base a las discusiones suscitadas, además de resolver lo anterior se agregó:

- Uso del tiempo verbal: presente para los proyectos desarrollados, aún los que hayan finalizado.
- Uso de la persona: primera del plural para los proyectos o publicaciones y experiencias colectivas. Se permite la primera persona del singular en el caso de las ponencias individuales.

Cabe recordar además que uno de los cambios más discutidos en esta pestaña fue su nombre, que originalmente era “Editorial” y llegó a tener cuatro alternativas.

## **Proyectos**

Primero se propuso presentarlos en orden cronológico, pero los integrantes del LILSU decidieron que habría que reordenarlos del último al primero. Sin embargo esto complicaba la carga de los más nuevos, con lo cual se volvió al criterio original. A cambio, el grupo decidió que se debería incorporar entonces una lista con los nombres de los proyectos, entre la descripción del espacio y el desarrollo de los mismos, siempre dentro de esta pestaña. Así, cada vez que se acredita un nuevo proyecto debe incorporarse el nombre y, entre paréntesis, el período abarcado, de esta manera: Nombre del proyecto (año de inicio-año de finalización). Esto se completa clickeando en el cuadro de texto donde ya están incorporados los anteriores, y añadiendo los datos utilizando la letra, tamaño y color consensuados.

A su vez, en el espacio en que se desarrolla cada proyecto, los datos a considerar y la manera de organizarlos que se propuso originalmente desde la capacitación es la siguiente:

- Título del proyecto
- Ícono: 1 por proyecto o 1 distintivo para los de extensión e investigación (luego se eliminó este requisito)
- Foto: 1 por proyecto

- Frase o lema: 1 por proyecto de entre 10-15 palabras (luego se suplantó este requisito para incorporar en este espacio datos como el código y director del proyecto, así como el período en que se desarrolló el mismo)
- Descripción: 600 caracteres con espacios

Sobre los textos de las descripciones, provenientes de sus presentaciones a la UNLP, se editaron cuestiones de: concordancia, extensión (algunos utilizaban más de mil caracteres), puntuación, en base al recorte obligatorio, persona y tiempo verbal, según lo acordado. Como particularidad del proceso, tomo nota de lo que me costó editar sin alterar mucho el orden del texto. Al respecto, fue de utilidad separar las oraciones para visualizar su extensión, repetición de palabras, etcétera.

### **Capacitación**

En forma paralela al desarrollo de la capacitación, se recordó la propuesta de aprovechar los recursos humanos y los conocimientos adquiridos durante la década que el grupo del LILSU lleva haciendo investigación, para formalizar espacios educativos destinados a la comunidad académica y los públicos con los que interactúa habitualmente. Dichas propuestas están en proceso de corrección y evaluación, pero se consideró necesario para este TIF reservar este espacio en la página del Laboratorio.

### **Prestaciones**

Las propuestas para este espacio transitan el mismo recorrido que las capacitaciones, sólo que se ha resuelto volcar algunos antecedentes que el LILSU considera enriquecedores por lo aprendido durante su desarrollo, y en ese sentido, ejemplos de lo que interesa proponer al Laboratorio.

### **Lazos**

En este espacio fueron ejes de debate la exposición de actividades que no podían ser identificadas bajo los criterios de otras pestañas de la web, pero que resultaban parte esencial del contacto del LILSU con la comunidad. De esta manera, hubo que trabajar la gran cantidad de momentos que quería contar el grupo y la forma en que quedarían expresados. Se decidió entonces realizar una breve introducción y determinar seis ejes ordenadores de todas esas actividades, que a su vez son referidas de forma muy concreta y acompañadas por fotos representativas.

## **Producciones**

La propuesta original para presentar las publicaciones y ponencias de los integrantes del Laboratorio incluía: título de la ponencia o publicación; ícono (logo de la universidad o editorial que publica); foto o logo del evento o revista; frase (nombre de la mesa) y descripción. Luego de discutir tales pautas a partir de lo que las integrantes del LILSU llevaron a los encuentros, las producciones se editaron en base a la siguiente estructura consensuada:

- Título de la ponencia o publicación
- Nombre de la publicación y año o Nombre del Evento y año
- Palabras clave (3)
- Autor/es
- Foto del espacio al que hace referencia el artículo, logo de la publicación, banner del evento, etcétera.
- Descripción: 150 palabras promedio

## **Eventos**

Aquí se discutió qué tipos de eventos serían incluidos (todos los que fueran de interés para la temáticas del Laboratorio, los organizados desde este espacio, los de interés para sus integrantes, entre otras cuestiones) y se decidió publicar aquellos en los que va a participar cada integrante en representación del LILSU. En base a esto, se detalla: título del congreso, fecha y lugar del congreso, mesa o temática de interés.

## **Equipo**

Finalmente, la pestaña que hace referencia al equipo fue definida considerando muchos elementos (foto en color, grado máximo y nombre, función en el LILSU y N° de ORCID de cada investigador). Las tareas que implicaron desarrollar este espacio generaron un sorprendente buen clima de trabajo en el grupo, aún cuando su concreción llevó varias semanas. Para completar este espacio se decidió incorporar un breve texto introductorio a la pestaña y organizar luego a los integrantes según la jerarquía de su función en el laboratorio.

## ¿QUÉ HACE UN EDITOR EN UN LABORATORIO? RESULTADOS DEL EXPERIMENTO

### Evaluación del lugar del editor en el laboratorio

Manuel Pimentel consideraba como una respuesta obvia decir que un editor “es aquel que coordina todas las tareas precisas para que un libro llegue al mercado de lectores” (2007: 17). Este concepto ubica a los editores como planificadores de la comunicación que deben conocer cada parte del proceso de llevar un mensaje escrito a los públicos, aunque no siempre se encargue de todas las tareas pertinentes (escribir, maquetar, ilustrar, imprimir, vender, entre otras).

Los que estudiamos planificación sabemos que el éxito de nuestro trabajo está en que no nos necesiten una vez finalizado el mismo; pero somos responsables desde el inicio hasta el final de la obra. No decidimos, en ese sentido, si debe construirse un puente, dragarse un río o hacer una ruta; tampoco si el puente tiene que ser de hierro, diagnosticar los ecosistemas del río o qué puntos debe conectar el camino. Pero sí es nuestra responsabilidad conocer los mundos que unirá el puente, definir cuándo limpiar las aguas y garantizar que la obra se cumpla en tiempo y forma. Nos excede, en cambio, la ansiedad de los generadores de la idea por ver su obra habilitada al público o la interpretación de la misma por parte de éste.

A razón de lo enunciado fue la intención en este trabajo desarrollar todas o la gran mayoría de las tareas que tiene un editor<sup>9</sup> en un espacio de investigación signado por las características particulares de una universidad pública, características que sólo pueden diagnosticarse acercándose al espacio de trabajo y conociendo de cerca a sus interlocutores.

En mi trabajo editorial aquí, he seleccionado a los autores de los mensajes y decidí con ellos los temas a publicar. Esta decisión la basé en que el grupo del LILSU no debía únicamente escribir sino también incorporarse como colaboradores del proceso editorial, con lo que fue para mí fundamental establecer consensos y negociar tareas a fin de garantizar que el producto pudiera seguir funcionando aún luego de terminar mi trabajo. Bajo este mismo criterio seleccioné los canales de distribución del mensaje — los *social media*—, aunque trabajé con el grupo la elección de aquellos que se iban a desarrollar particularmente.

Sumado a esto me encargué del trabajo de diseño, apelando a consultas a profesionales cuando hizo falta y generando espacios de debate con los

---

<sup>9</sup> Se toman aquí en cuenta las tareas del editor relevadas por ejemplo en textos como el de Pedelaborde y Ghea (2011), documento que si bien se centra en la preedición también menciona las tareas que exceden esta instancia.



investigadores a fin de contestar también sus inquietudes y expectativas al respecto. En este sentido, considero que, de tener la posibilidad, siempre es mejor contar con la ayuda de un profesional en el tema, pero como el TIF partió de la premisa de trabajar con equipos de investigación que no cuentan con los recursos humanos o económicos para reeditar ese trabajo, pienso que es posible potenciar los recursos existentes con una capacitación que, si bien no implique que los investigadores se dispongan a diseñar o editar desde cero, sí puedan conocer y establecer criterios para mantener de manera coherente los espacios generados.

Finalmente, asumí las tareas y costos iniciales de la producción, al menos hasta que los productos estuvieron listos para demostrar su funcionamiento definitivo.

### **Los resultados de la capacitación como diagnóstico del instructivo**

La capacitación fue útil en dos sentidos: porque permitió acercar algunas herramientas y consideraciones del mundo de la edición a profesionales que no están vinculados con ese campo; y porque ayudó a encontrar puntos clave entre las normas de edición formales y los acuerdos de estilo, la imagen y los contenidos de relevancia para los integrantes del Laboratorio, que luego fueron volcados en el instructivo. Por ello relevaré, en principio, los resultados de la capacitación, constatando en qué medida se cumplieron sus objetivos.

- Las redes sociales resultaron sólo trabajadas en profundidad por el grupo en el encuentro destinado a su elección (encuentro 3). Allí se observaron ventajas y desventajas de cada una de ellas y, en efecto, fue uno de los encuentros que más claramente demostró la especificidad del TIF. Sin embargo, el diálogo sobre los límites y alcances de estas redes desde el punto de vista de la edición quedó menos visibilizado que los pareceres de cada participante en torno a qué relación tenían esas redes con la identidad del Laboratorio.

- La recuperación y evaluación de espacios de comunicación digitales del LILSU se hizo, sobre todo, en los dos primeros encuentros, donde se destacó el debate sobre los destinatarios y los contenidos, lo que tuvo luego un corolario en las evaluaciones que se hicieron al finalizar el trabajo, tal como se describe más adelante en este apartado.

- El proceso de rediseño del logo fue un tema distinguido en varios de los encuentros, ya que significó volver a charlar sobre "quiénes somos" y no sólo mejorar técnicamente el logo anterior. En este sentido y tal como se mencionó ya en el trabajo, el proceso fue largo pero la adopción del mismo fue extendida a todas las redes, web, gráfica e incluso a productos nuevos como un banner.

- El momento de incentivar la producción de escritos fue demorado en los encuentros pero muy fructífero en cuanto a que significó una instancia de consultas y debates sobre la aplicación práctica de lo consensuado en términos de edición de contenidos. Noto, sin embargo, que la pestaña "Reflexiones" empezó a completarse de manera coordinada por el grupo luego de finalizado este trabajo.

- En cuanto a fomentar el diálogo con referentes de organizaciones sociales tanto como con otras instituciones que investigan temas afines sólo se puede decir, hasta el momento en que se entrega este trabajo, que se incorporaron diversas herramientas de contacto en la web y que las redes sociales fueron planificadas en parte para dialogar con estos referentes.

Como se dijo anteriormente, varios de estos puntos tuvieron su corolario en la encuesta realizada a los integrantes del LILSU, donde se destacan los siguientes aspectos:

- Las redes sociales utilizadas cotidianamente por las investigadoras coinciden en general con las elegidas para el LILSU, ya que obtuvieron cuatro marcas YouTube, LinkedIn, Google+, y cinco marcas Whatsapp y Facebook (dos redes que durante la capacitación se decidió utilizar de forma interna, como contacto personal entre los integrantes del LILSU o con públicos externos). La presencia de Google+ refuerza la idea de que en el grupo supieron distinguir qué características de las redes eran útiles para el laboratorio y cuáles lo son a nivel particular, pero el hecho de que Skype haya tenido sólo una marca lleva a preguntarnos cómo se gestionará ese espacio o cuál será su real uso.

- Las respuestas sobre los aportes del proceso de rediseño del logo indican la necesidad, por parte de algunos integrantes del grupo, de reflexionar sobre su lugar y la identidad del Laboratorio: el 80% marcó que el aporte estuvo en la mayor comprensión de la identidad del LILSU, mientras que el 20% restante rescata los conceptos específicos del diseño aprendidos.

- Respecto de los aportes del proceso de capacitación, las respuestas estuvieron más repartidas: el 50% destacaron los hábitos de corrección de textos, mientras que el otro 50% eligió los conceptos básicos de la edición de textos.

- Por último es destacable lo que sucedió con la pregunta sobre a quiénes les contarían sobre la web y sobre las redes sociales. Llamativamente, uno de los tres tipos de públicos que recibieron dos marcas o más fue el de alumnos, grupo al que durante la capacitación se había decidido no prepararle materiales o contenidos específicos. Distinto es el lugar de los tesistas, que son de interés para el LILSU como potenciales becarios o colaboradores de proyectos de investigación y extensión. El

resto de los públicos mencionados habían sido considerados durante la capacitación y obtuvieron las siguientes marcas:

<b>¿A quiénes les contarías sobre la web?</b> Autoridades (1) Colegas (4) Alumnos (2) Tesisistas (1) Investigadores en Ciencias Sociales (1)	<b>¿A quiénes les contarías sobre las redes sociales?</b> Público en general (2) Colegas (2) Alumnos (2) Tesisistas (1) Investigadores en Ciencias Sociales (1)
---	--

### **Los resultados del instructivo como guía para la web y los *social media***

El éxito de este trabajo requería incorporar al equipo del LILSU como constructores de los productos que acompañan el TIF y, en ese sentido, la capacitación funcionó más como una estrategia de comprensión de las tareas del editor, antes que una exposición de formas y ejemplos vinculados a la profesión. Vale aclarar que para esto último funcionó muy bien el instructivo, según lo que evaluó el grupo luego de usarlo al menos un mes y sobre el cual en la pregunta 6 de la encuesta, indicaron que no faltaba nada en él.

De las memorias relatadas en el TIF se destaca que tanto el desarrollo de la capacitación para consensuar criterios de edición a plasmar en el instructivo, como la decisión sobre los contenidos a volcar en el mismo, ocurrieron en la práctica en forma paralela, por lo cual decimos que los procedimientos allí volcados son la síntesis del proceso global de la capacitación, esto es, las siete jornadas más el primer planteo del sitio, entendido esto último como la aplicación práctica de tales encuentros.

En algunas ocasiones esto colocó a las redes sociales en un segundo plano respecto del desarrollo de la web, pero también ayudó a comprender que lo trabajado y consensuado en un espacio tiene su correlato en el resto de los canales de comunicación. Por ello al momento de evaluar el instructivo y los *social media*, se hizo hincapié en el uso práctico y concreto de cada espacio.

Respecto de qué información busca cada integrante en la nueva web del laboratorio, la mayor cantidad de marcas fueron hacia las producciones académicas (5), mientras que los proyectos, las actividades realizadas y el equipo tienen sólo tres. Lo interesante es que al comparar estas respuestas con las de la pregunta sobre para cuál de las pestañas aportó o aportaría información, dos de las tres más marcadas tienen relación con lo anterior (Capacitación y Producciones), pero la tercera es una pestaña no completada al momento de hacer la encuesta: Reflexiones. Es de valorar,

igualmente, que el interés demostrado en las actividades realizadas se completa con el aporte potencial a las pestañas "Prestaciones" y "Lazos", que recibieron dos marcas cada una.

"Equipo" es una pestaña más consultada que intervenida, ya que obtuvo dos marcas, mientras que "Eventos" apenas recibe un voto de alguien que cree que aportaría información allí. Cabe preguntarse, en este sentido, si este espacio será actualizado periódicamente como debería.

Finalmente, la pregunta 6 sobre la información no encontrada en la web, redes sociales o instructivo arroja resultados positivos en todos esos espacios, pero en las redes se destaca la poca posibilidad de incluir información escrita y en el caso de la web hay espacios que falta completar con contenidos por parte del grupo.

Estas observaciones han sido incorporadas al instructivo en la medida de lo posible, planteando espacios que convirtieran un documento cerrado (que instruye sobre qué es lo que se debe hacer en cada caso), en uno abierto en donde sus usuarios pueden completar información, coordinar funciones, preguntar por inquietudes y consensuar nuevas pautas editoriales, si hiciera falta.

### **Los *social media* como herramientas para la comunicación de la ciencia**

Dejo para el final una reflexión sobre un punto mencionado en el Marco Conceptual, ya que podemos ampliar el debate sobre cómo contamos lo que hacemos y, en ese sentido, reflexionar sobre aspectos de la comunicación de la ciencia para públicos especializados y no especializados.

El proponer el uso de las redes sociales y en rigor, la incursión del LILSU en las plataformas digitales, hizo que surgieran de manera permanente las preguntas: ¿por qué tenemos que contar todo? ¿los *social media* y sus instructivos son útiles en estos espacios? ¿conocía el grupo estas herramientas? ¿se las pudo adaptar a las necesidades de los investigadores y sus públicos?

Estas inquietudes no sólo son el puntapié para definir cuestiones prácticas, sino que también están implicadas en los criterios con los que se definen las diferentes formas de comunicación de la ciencia. Recordemos que entre las seis ideas planteadas en el Marco Conceptual, se rescataron particularmente las de alfabetización científica y la de comunicación pública de la ciencia y la tecnología, porque en su concepción ideológica y didáctica ambas plantean que el conocimiento es una herramienta de acción y reflexión de la vida cotidiana.

Habiendo transitado desde entonces todo el proceso de capacitación y desarrollo de productos, tiendo a pensar menos en la alfabetización científica porque el intercambio con el ciudadano a través de los *social media* es indirecto y resulta problemática la

etapa de evaluación del "feedback". Pero la idea de comunicación pública de la ciencia y la tecnología tampoco se correspondería con los productos desarrollados, principalmente porque no dejan de ser productos antes que espacios de encuentro personal, activo y de interaprendizaje. Coincidimos sin embargo con su triple objetivo ("político, cognitivo y creativo tendiente a reunir a científicos y no-científicos mediante la construcción de vínculos entre la ciencia y la sociedad"), pero tales principios y metas no pueden depender de lo que elegimos comunicar en las redes sociales, sino que se completa su sentido con el desarrollo de las actividades allí relatadas.

Por eso rescato que la comunicación pública de la ciencia no es el canal bien elegido, ni el mensaje explicado claramente, ni el emisor profesional altamente calificado, ni el destinatario identificado como público general, sino en tal caso todo esto junto.

Al hablar de comunicación pública de la ciencia y la tecnología lo que se busca es ubicar el conocimiento en los espacios comunes de encuentro entre actores que son diversos. Ubicar esta propuesta como mediadora entre saberes jerarquizados no colabora con el interaprendizaje deseado, que no es el de contenidos cada vez más específicos para entender un tema, sino el de contenidos útiles para comprendernos como parte de una comunidad que tiene problemáticas específicas que atender.

Al editar contenidos científicos, entonces, no universalizamos el lenguaje (si acaso eso fuera posible), ni cedemos sin reflexión al dogma de la Real Academia Española o de los usos coyunturales que hacen incomprensibles las palabras, sino que fabricamos puentes para ir a lugares específicos, en particular, a ese lugar donde demostramos lo que somos y lo que aprendimos.

## BIBLIOGRAFÍA

- CALVO HERNANDO, Manuel (1982) *Civilización tecnológica e información. El periodismo científico: misiones y objetivos*. Barcelona: Editorial Mitre.
- CORTÉS, Marc (2009) "Blogs... ¿Pero no habían muerto?", en Eva Sanagustín (Dir.) *Del 1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing*. España: Bubo Publishing. Disponible en <http://www.clavesdelnuevomarketing.com> (consultado en 2015).
- DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICACIONES (S/F) *Manual de estilo. Normas editoriales*. México: Universidad de Colima.
- DAVINI, María Cristina (1995) "Notas para una pedagogía de la formación docente", en *La formación docente en cuestión: política y pedagogía*. Buenos Aires: Paidós.
- FAYARD, Pierre; CATAPANO, Paola; LEWENSTEIN, Bruce (2004) "La red internacional sobre comunicación pública de la ciencia y la tecnología. Una breve reseña histórica", en: *Quark: Ciencia, medicina, comunicación y cultura*, N° 32, abril-junio.
- HAZEN, Robert; TREFIL, James (1997) "Alfabetismo científico" en: MARTINEZ, Eduardo, FLORES, Jorge (Comp.) *La popularización de la ciencia y la tecnología. Reflexiones básicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- JIMÉNEZ-DOMINGUEZ, Bernardo (Comp.) (2008) "Ciudadanía, participación y vivencia comunitaria", en *Subjetividad, participación e intervención comunitaria. Una visión crítica sobre América Latina*. Buenos Aires: Paidós, Buenos Aires.
- JUÁREZ, Rafael (2016) *10 Claves para tener un sitio web exitoso*. Disponible en: <http://escuelaemprendedores.co/articulo-10-claves-para-tener-un-sitio-web-exitoso> (consultado en 2016).
- KAPLUM, Mario (2002) *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana: Editorial Caminos.
- MACÍAS, Lyssania; MICHÁN, Layla (2009) "Los recursos de la Web 2.0 para el manejo de información académica", en *Revista Fuente* vol. 1, No. 1, Diciembre.
- MARCO Roberto; LIZCANO Jesús (2003) "Entrevista con Manuel Calvo Hernando", en *Encuentros multidisciplinares*, vol. 5, No. 13. Disponible en: <http://www.manuelcalvohernando.es/articuloi.php?id=36> (consultado en 2016).
- MARTÍNEZ-PRIEGO, Chema (2009) "Escuchar a los social media", en Eva Sanagustín (Dir.) *Del 1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing*. España: Bubok Publishing. Disponible en <http://www.clavesdelnuevomarketing.com> (consultado en 2016).

- MARTÍNEZ-PRIEGO, Chema (2009) “Ser un community manager”, en Eva Sanagustín (Dir.) *Del 1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing*. España: Bubok Publishing. Disponible en <http://www.clavesdelnuevomarketing.com> (consultado en 2016).
- MAZZARO, Cecilia (2014) “Citas urbanas con la transferencia y la extensión”, en: *Actas del IV Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencia (COPUCI)*. Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martín.
- MAZZARO, Cecilia (2013) “¿Dónde está la ciencia cuando más la necesitamos? Análisis comunicacional de las estrategias desarrolladas por la Universidad Nacional de La Plata frente a la inundación de la ciudad ocurrida el 2 de abril de 2013”, ponencia presentada en el *III Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencia (COPUCI)*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- MAZZARO, Cecilia (2012) “Relaciones institucionales para la comunicación pública de la ciencia”, ponencia presentada en el *Segundo Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencia (COPUCI)*. San Luis: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y Universidad Nacional de San Luis.
- MAZZARO, Cecilia (2010) “Comunicar la ciencia. Perspectivas, problemas y propuestas”, en *Psiencia. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*. Buenos Aires: COBAND – AACP (Asociación para el Avance de la Ciencia Psicológica).
- PASQUALI, Antonio (1980) *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores. Segunda Edición.
- PEDELABORDE, Paula; GHEA, María Elisa (2011) *La importancia de la preedición*, Documento de cátedra, Taller de Edición I y Taller de Edición II, Especialización en Edición, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), La Plata.
- PRIETO CASTILLO, Daniel (2015) “La mediación pedagógica en la universidad” en *Elogio de la pedagogía universitaria. Veinte años del Posgrado de Especialización en Docencia Universitaria*. Mendoza: Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo, Edición digital disponible en [http://prietocastillo.com/index.php?file=textos/libros/elogia\\_de\\_la\\_pedagogia\\_universitaria.pdf](http://prietocastillo.com/index.php?file=textos/libros/elogia_de_la_pedagogia_universitaria.pdf) (consultado en febrero de 2017).
- REINATO, Emir; TROSI MELEAN, Jorge (2002) *Barrios y Clubes Platenses: Reconquista y Unión Vecinal*. La Plata. La Comuna.
- REY, Germán (2002) “Medios de comunicación y vida pública”, ponencia presentada en el *3er Encuentro Mundial del Tercer Sector*, mimeo, Cartagena, Colombia.

ROSBOCH, María Eugenia (2011) *Propuesta de creación. Laboratorio de Investigación de Lazos Socio-Urbanos*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, Buenos Aires, Argentina.

UNIVERSIA (2016) *Por qué las universidades deberían tener una estrategia de marketing en redes sociales*. Disponible en la web de Universia Puerto Rico: <http://noticias.universia.pr/portada/noticia/2016/01/21/1135623/universidades-deberian-tener-estrategia-marketing-redes-sociales.html> (consultado en 2016).

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA (2003) Ordenanza N°265/03 de la “Reglamenta la creación, categorización y evaluación de Unidades de Investigación de La Universidad Nacional de La Plata”, La Plata, Argentina.



## ANEXO – TEXTOS EDITADOS PARA LA WEB

### Inicio

---

El LILSU <(Laboratorio de Investigación de Lazos Socio-Urbanos),> es un espacio plural de investigadores dedicados al estudio de los lazos sociales que se producen en la ciudad en sus múltiples dimensiones y porosidades. Nuestras opiniones y perspectivas discuten entre sí y se nutren desde el disenso sin perder el diálogo y el respeto del pensamiento del otro y del propio. Es por ello que en este espacio no sólo mostramos nuestro trabajo en investigación, la docencia y la intervención de la trama urbana, sino también expresamos nuestros pareceres sobre múltiples problemas que nos atraviesan como ciudadanos que nos conmovemos y preocupamos por nuestros barrios, organizaciones, plazas, gente.

#### Síntesis en inglés:

The LILSU <(Research Laboratory of Socio-Urban Bonds),> is a plural space of researchers dedicated to the study of social bonds that occur in the city in its multiple dimensions and porosities. Our opinions and perspectives discuss each other and nourish themselves from dissent without losing the dialogue and respect for the thoughts of the other and of our own. That is why in this space we not only show our work in research, teaching and the intervention of the urban plot, but also express our opinions on multiple problems that cross us as citizens that move and care about the neighborhoods, organizations, squares, people.

#### Objetivos:

~~Como toda institución el~~ <El> LILSU se propone objetivos específicos que potencian y engloban el trabajo planteado pero que a su vez estimulan al estudio, acción e intervención de problemáticas no contempladas al momento de su creación:

- Investigar sobre la generación/regeneración de lazos sociales en situaciones de crisis o rupturas de la trama urbana, así como los imaginarios sociales que estas generan.
- Formar investigadores que se especialicen en la línea de investigación propuesta por el laboratorio y generen nuevos conocimientos en la temática.
- Difundir los conocimientos que se produzcan en el ejercicio del laboratorio.

### **Síntesis en inglés:**

The LILSU proposes specific objectives that enhance and encompass the work proposed but which in turn stimulate the study, action and intervention of problems not contemplated at the time of its creation:

- Analyze the generation / regeneration of social bonds in situations of crisis or ruptures of the urban spaces, as well as the social imaginary that these generate.
- Train researchers who specialize in the field of research proposed by the laboratory and generate new knowledge on the subject.
- Disseminate the knowledge that is produced in the laboratory exercise.

### **Reflexiones**

---

**Nota:** aquí no se anexan textos editados por la autora del TIF puesto que, como se dijo en la evaluación, la pestaña "Reflexiones" empezó a completarse de manera coordinada por el grupo luego de finalizado este trabajo.

### **Proyectos**

---

Nuestra postura es la de fomentar la investigación/participativa orientada a mejorar la calidad de vida de nuestra población desde el diálogo conjunto y no sólo como "recomendación" erudita. Es por ello que abordamos nuestras investigaciones desde una perspectiva interdisciplinaria que vele por interpretar, contener y promover procesos de empoderamiento en la sociedad, para que ella pueda experimentar la integración de su ser ciudadano en la metrópoli o el barrio en el que se adscribe desde una interacción constructiva con su ciudad, integrando con todo la investigación y la extensión como parte de un mismo nudo teórico-epistemológico-metodológico.

**Título del proyecto:** Clubes Sociales: hangares vacíos o potenciales espacios de reconstrucción y consolidación de vínculos urbanos

Código P/140 - UNLP

Período: 01/01/2006 – 31/12/2009

Directora: María Eugenia Rosboch

#### **Descripción:**

Los clubes sociales son formaciones intersticiales alternativas a espacios instituidos que se instauran desde su fundación como espacios barriales y comunitarios. Los mismos fueron prácticamente desmantelados por las prácticas represivas de los gobiernos dictatoriales que provocaron el repliegue de la sociedad al ámbito de lo

-----

privado, sumado a las políticas neoliberales que promovieron el individualismo y la separatividad. Es por ello que ~~se estudiaron~~ <estudiamos> estos espacios en La Plata, <agregar coma> con el fin de establecer qué potencialidades invisten como espacios de reconstrucción y consolidación de vínculos urbanos.

~~Título del proyecto:~~ Del ostracismo social a la construcción colectiva. La configuración y reconfiguración de espacios urbanos de participación ciudadana

Código P/180 - UNLP

Período: 01/01/2010 – 31/12/2012

Directora: María Eugenia Rosboch

~~Descripción:~~

~~Este proyecto analiza~~ <En este proyecto analizamos> los clubes sociales de la ciudad de La Plata, Berisso y Ensenada, entendiendo que el deterioro de los mismos torna indispensable ampliar la perspectiva de análisis indagando otros espacios que hoy, en parte, cumplen con el rol que ejercieran esas instituciones barriales. En consecuencia, ~~se abordé~~ <abordamos> el estudio de agrupaciones sociales autoconvocadas no partidario-gubernamentales que a partir de un hecho crítico rompen con el ostracismo cívico, <quitar coma> incentivado por políticas neoliberales que fomentan el repliegue al ámbito de lo privado, generando en el tejido social compromiso y participación ciudadana.

~~Título del proyecto de extensión:~~ Club Social: Participar para registrar, representar para contar

~~Código xxx—UNLP~~ <Extensión UNLP>

Período: 01/01/2011 – 31/12/2011

Directora: María Eugenia Rosboch

~~Descripción:~~

~~El proyecto se propuso implementar~~ <En este proyecto implementamos> actividades colectivas para acercar a la comunidad barrial a los clubes sociales con el fin de propiciar la construcción compartida de vínculos con esas instituciones: históricos, afectivos, identitarios. Para lograr ese propósito, <agregar coma> como grupo interdisciplinario, <agregar coma> ~~se implementaron~~ <implementamos> dos instrumentos comunicacionales, el teatro comunitario y el documental, ~~que~~ <. Ambas herramientas> impactaron en la comunidad barrial y los clubes de referencia -Claridad y Everton- <reemplazar por guiones de diálogo “—”>, generando mayor participación ciudadana, compromiso y confianza, lo que redundó en el fortalecimiento de estas instituciones.

~~Título del proyecto de extensión:~~ Nuestro club, nuestro barrio: Historia, memoria, y participación

~~Código xxx~~ — UNLP <Extensión UNLP>

Período: 01/01/2012 – 31/12/2012

Directora: María Eugenia Rosboch

~~Descripción:~~

~~El~~ <En el> presente proyecto ~~se proponen~~ <proponemos> actividades colectivas para acercar a la comunidad barrial al Club El Carmen de la Ciudad de Berisso, fundado en el año 1952, con el fin de propiciar la reconstrucción compartida de vínculos <históricos, afectivos e identitarios> con esa institución: ~~históricos, afectivos, identitarios. Para alcanzar ese objetivo se acordó un convenio de coparticipación con dicho Club. La elección de este espacio se debe a que el~~ <El> Carmen es una institución <un club> fundante del barrio que lleva su nombre ya que donó las tierras donde se instalaron la Escuela (en sus tres niveles de instrucción), Bomberos y el Destacamento de Policía, por tanto consideramos que ~~el club~~ constituye un espacio de fortalecimiento y regeneración de lazos urbanos potenciando capacidades de propiciar diálogos transgeneracionales, participación social y compromiso cívico-político.

~~Título del proyecto:~~ Citas urbanas: Construcción y regeneración de lazos socioculturales en la ciudad

Código 11/P221 - UNLP

Período: 01/01/2012 – 31/12/2013

Directora: María Eugenia Rosboch

~~Descripción:~~

~~Se aborda~~ <Aquí abordamos> el estudio de la construcción y regeneración de lazos socioculturales en espacios urbanos -tales como clubes sociales, agrupaciones vecinales autoconvocados, sociedades de fomento, cooperadoras, comedores, centros culturales, bibliotecas populares- <reemplazar por guiones de diálogo “—”>, desde una perspectiva interdisciplinaria anclada en el campo de la comunicación. Además ~~el proyecto incorpora~~ <incorporamos> el desarrollo de un plan de trabajo que estudia la divulgación de la producción científica en que se enmarca el proyecto.

~~Título del proyecto:~~ La ciudad y sus transformaciones. Estudio sobre la acción ciudadana en momentos de crisis eco-ambientales y/o político-sociales

Código 11/P239 - UNLP

Período: 01/01/2014 – 31/12/2015

Directora: María Eugenia Rosboch

**Descripción:**

Desde el 2006 se estudia la construcción y reconstrucción de lazos sociales en espacios urbanos surgidos por crisis de características estructurales, <agregar coma> así como de otras rupturas y/o intromisiones en el territorio urbano y en particular barrial que están relacionadas tanto a crisis eco-ambientales como político-sociales. Por ello, a causa de la tormenta iniciada el martes 2 de Abril <abril> de 2013, propusimos ahondar en las consecuencias que tuvo esta inundación en la construcción y regeneración del tejido social frente a la ausencia de respuesta inmediata de la autoridad municipal y la conflictiva relación que se estableció entre el Estado provincial y nacional.

~~Título del proyecto:~~ Construcción de un Sistema Integrado de Gestión del Riesgo Hídrico en la Región del Gran La Plata

Código PIO 27-CO – UNLP y CONICET ~~//13420130100027CO~~

Período: 01/03/2014 – 29/03/2016

Director: Jorge Karol

**Descripción:**

La región del Gran La Plata (partidos de Berisso, Ensenada y La Plata) ~~ha sido sometida recientemente a un evento meteorológico extraordinario (precipitación de unos 398 mm en unas pocas horas), causando la pérdida de vidas humanas (más de 60 personas), y afectando aproximadamente a un 30% de la población, así como cuantiosas pérdidas de bienes materiales. La región~~ muestra una larga historia de eventos meteorológicos que han generado inundaciones en zonas costeras o continentales en el último siglo. Sin embargo, el último episodio puso al descubierto que la región no cuenta con un sistema integrado de gestión del riesgo que implique medidas preventivas, de respuesta ante el evento y de reparación o restauración luego del mismo. ~~Actualmente, la gestión del riesgo debiera apuntar a aumentar la resiliencia del sistema socio-territorial-ambiental en forma integral, entendiendo a ésta como la capacidad del mismo para afrontar una amenaza y recuperarse de ella.~~ La resiliencia del sistema del Gran La Plata (GLP), requiere desarrollar y/o fortalecer una adecuada organización institucional que sepa integrar armónicamente los planes y medidas preventivas, la coordinación y logística para el desarrollo de las actividades reactivas y contingentes durante el evento, así como las tareas de reparación o restauración luego de un evento, asegurando de este modo la calidad de vida de la población de la región. El objetivo principal de este proyecto es idear y desarrollar las herramientas técnicas necesarias así como fortalecer y consolidar un nodo articulador de una red

~~inter~~ interinstitucional que asegure la adecuada implementación de un sistema integrado de gestión del riesgo hídrico en la región del Gran La Plata.

~~Título del proyecto:~~ Diálogos urbanos. Intervenciones en el medio ambiente desde la acción y gestión ciudadana

Código P270 - UNLP

Período: 01/01/2016 – 31/12/2017

Directora: María Eugenia Rosboch

~~Descripción:~~

~~El presente proyecto significa un aporte a los estudios de comunicación participativa en general y a los estudios de empoderamiento ciudadano en particular.~~ El eje puesto en la problemática medioambiental ~~lo~~ sitúa ~~en~~ ~~este proyecto~~ también como un referente de interés que trasciende la dimensión regional colocándolo en la agenda problemática internacional.

En ~~ese marco de acción en~~ el país no existen programas de desarrollo que coloquen el énfasis en las organizaciones urbanas barriales así como en el ciudadano de a pié, para desde ese lugar, analizar las relaciones que se tejen con las políticas públicas. Por el contrario el énfasis está puesto en cómo las dependencias gubernamentales se relacionan con la sociedad.

~~En este marco el~~ El objetivo principal de este proyecto es propiciar canales de diálogo y mutuo aprendizaje entre la ciudadanía y los tomadores de decisiones con el fin de incentivar políticas articuladas que lleven a mejorar la calidad de vida y sana convivencia con el medioambiente sin, por ello, perder potencialidades de desarrollo urbano.

## Capacitación

---

El equipo del LILSU está integrado por profesionales que entienden a la docencia como complemento necesario y enriquecedor de la investigación, razón por la que nos hemos capacitado en educación cursando profesorados y dando clases y talleres en distintos ámbitos, tanto de la enseñanza formal como no formal.

Desde este lugar nuestros intereses también convergen en brindar capacitaciones en los temas que estudiamos, a fin de enriquecernos mutuamente con docentes investigadores de la facultad y de otras unidades académicas, grupos de profesionales, referentes o trabajadores del campo de estudios de “lo urbano”, decisores gubernamentales, referentes de clubes y vecinos de barrios, alumnos de la facultad y comunidad académica en general.

Por ello los invitamos a contactarse con nosotros para trabajar desde el punto de vista de la extensión y educarnos en las temáticas que nos convocan:

- Conflictos ambientales.
- Instituciones Comunitarias.
- Participación Ciudadana.
- Comunicación Participativa.
- Identidad Barrial.
- Visibilización de problemáticas de Género, Salud y Minorías.

## Prestaciones

---

### ○ Propuestas

**Nota:** esta pestaña no tiene textos publicados al momento de presentar este trabajo.

### ○ Antecedentes

<Se recomienda redactar la información que tenemos, eliminando lo tachado>

~~Título del Proyecto/Programa:~~ Entrenando clubes

~~Programa “Entrenando clubes”;~~ implementado por la Secretaría de Deportes de la Provincia de Buenos Aires, el Instituto Provincial de la Administración Pública y la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, ~~Argentina, 2012-2013.~~

~~Convocatoria (Extensión UNLP/Voluntariado/Extensión SPU/Otra):~~ Extensión de la FPyCS de la UNLP <escribir el nombre extendido y no la sigla en la versión final>

~~y DIRECCIÓN DE CAPACITACIÓN/SECRETARÍA DE DEPORTES/BS-AS~~

~~Indicar año y si obtuvo subsidio:~~ 2012/ 2013

~~Breve Descripción: capacitación en los encuentros del taller de comunicación y planificación para proyectos deportivos generados desde instituciones sociales y deportivas; colaboración en el plan de actividades y armado de cuadernillo destinado a estos encuentros; evaluación de las sedes trabajadas; presentación de informes a los organismos responsables del proyecto; difusión de actividades y resultados; evaluación de trabajos finales.~~

~~Organizaciones con las que trabajó: clubes sociales y deportivos de diversos municipios de la Provincia de Buenos Aires.~~

<La información redactada queda de la siguiente manera:>

Entrenando clubes (2012-2013)

En convenio con la Secretaría de Deportes de la Dirección Provincial de Salud y Capacitación Deportiva de la Secretaría General de la Gobernación de la Provincia de

---

Buenos Aires, el Instituto Provincial de Administración Pública y la Secretaría de Extensión de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, se realizaron cursos de capacitación en comunicación, planificación y gestión a organizaciones barriales de toda la Provincia de Buenos Aires.

<Además, se sugiere agregar la siguiente actividad:>

Comunicación frente a la emergencia (2013)

Curso virtual de capacitación en comunicación frente a situaciones de emergencia climática organizado por la **Secretaría de Espacio Público del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires**. <linkar este nombre a su web oficial: <http://www.sepgba.com.ar/>>

## Lazos

---

Es espíritu del LILSU, observar, describir e interpretar las problemáticas sociales del colectivo de sujetos de nuestra ciudad.

Mapeamos al Gran La Plata con los límites percibidos en el imaginario colectivo de los vecinos y los hemos puesto en diálogo con las políticas comunales, provinciales y nacionales en las áreas de vacancia que el Laboratorio ha detectado.

Dentro de este énfasis comunitario tenemos varios ejes de trabajo:

- 1.- Conflictos ambientales
- 2.- Instituciones Comunitarias
- 3.- Participación Ciudadana
- 4.- Comunicación Participativa
- 5.- Identidad Barrial
- 6.- Visibilización de problemáticas de Género, Salud y Minorías

## Producciones

---

Tanto las prácticas de *investigación/extensión* <sin cursiva> que desarrollamos como nuestras *actividades junto a la comunidad* <sin cursiva> son emprendidas desde un posicionamiento teórico-epistemológico en el cual asumimos el carácter reflexivo de la producción de conocimientos. La interacción constante entre el campo y el laboratorio es el motor de nuestro trabajo, este estrecho vínculo entre práctica, reflexión y acción permite construir nuestras categorías analíticas y metodológicas. En la presente sección compartimos producciones que sistematizan nuestras experiencias recuperando posicionamientos epistemológicos, marcos conceptuales y construcciones metodológicas.



**Textos:**

**Nota:** sólo se corrigieron los textos; la organización de la información se indica en el instructivo.

Reflexiones en torno a otras historias recientes en las prácticas estéticas contemporáneas

Actas de las VI Jornadas de Trabajo sobre Historia Reciente. ~~Del 8 al 10 de agosto de~~ 2012. Facultad de Humanidades y ~~ciencias~~ <Ciencias> de la Universidad Nacional del Litoral.

Palabras clave: Teatro Popular de Sansinena- ~~memorias- historias~~

~~Autor~~ <Autora:> Clarisa Inés Fernández

~~Descripción:~~ El presente trabajo ~~intentará exponer~~ <expone> una serie de reflexiones en torno a la configuración de otras historias recientes en prácticas estéticas contemporáneas. Para hacerlo, ~~se analizará~~ <analizamos> la práctica artística del Grupo de Teatro Popular de Sansinena, específicamente sus lógicas de producción memorialísticas e identitarias, lo que ~~arrojará~~ <arroja> luz sobre la posibilidad de construcción de nuevas interpretaciones del pasado reciente, alejadas de aquellas que remiten directamente a experiencias de pasados traumáticos. Proponemos abordar los cuestionamientos que actualmente tienen lugar dentro del campo específico de la historia reciente, sus límites e interpretaciones, a fin de observarlas en la práctica del teatro comunitario. El análisis que sustenta estas reflexiones está basado en el estudio que realizamos para la tesis de Maestría en Ciencias Sociales, titulada “Recuerdos, espejos y lugares en el teatro comunitario argentino contemporáneo. Memoria colectiva, identidades, y espacio público en las prácticas del Grupo de Teatro Popular de Sansinena (2010-2012)”.

ISBN 978-987-657-842-4

¿Dónde está la ciencia cuando más la necesitamos? Análisis comunicacional de las estrategias desarrolladas por la Universidad Nacional de La Plata frente a la inundación de la ciudad ocurrida el 2 de abril de 2013.

III Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencia (COPUCI), 2013

~~ciencia – universidad – inundaciones~~ <Ciencia – Universidad - Inundaciones>

<Autora:> Cecilia Mazzaro

~~Descripción:~~

Las inundaciones ocurridas en La Plata el 2 de abril de 2013, producto de una tormenta de características nunca vistas en el territorio pero también de un hasta entonces latente estado de vulnerabilidad de la ciudad, derivaron en una crisis que

afectó directa o indirectamente a toda la sociedad platense. Analizar el conocimiento disciplinario, por su capacidad de prever y por su potencial acción sobre las consecuencias —en términos de aplicar el conocimiento acumulado y sistematizado—, significó estudiar la relación que guarda esa producción con instituciones gubernamentales y organizaciones culturales barriales de la sociedad) ~~y~~ [<a fin de>](#) dimensionar espacios de comunicación del conocimiento vinculados a las acciones de extensión y transferencia relevadas en las unidades académicas de la UNLP.

Leer más: (ISBN: 978-987-702-032-8) Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Sede Rosario) y Universidad Nacional de Rosario, Santa Fe, Argentina.

[<Buscar documento o link>](#)

“Prácticas culturales: transformación e intervención en el territorio rural. El caso del Grupo de Teatro Comunitario de Rivadavia”

Publicación: ~~CD~~ “La Antropología social hoy: a 10 años del nuevo siglo”. IV Jornadas de Antropología Social del Centro. ~~Octubre~~ 2013.

Palabras clave: ~~teatro~~ [<Teatro>](#) comunitario ~~—memoria—~~ [<Memoria>](#) - ~~identidad~~ [<Identidad>](#) - ~~desarrollo~~ [<Desarrollo>](#) local- Rivadavia

~~Autor:~~ [<Autora:>](#) Clarisa Inés Fernández

~~Descripción:~~ El Grupo de Teatro Comunitario de Rivadavia está compuesto por doscientos vecinos-actores de seis pueblos distintos del Partido de Rivadavia, Provincia de Buenos Aires (Sansinena, Roosevelt, América, González Moreno, Fortín Olavarría y San Mauricio). Desde el año 2010 este grupo desarrolla prácticas de índole cultural, social y política que han generado dinámicas de transformación locales, tanto en los territorios como en las tramas relacionales que estos vecinos construyen en su cotidianidad. El hecho de que el grupo elabore obras teatrales que cuentan la historia de sus pueblos de origen permite abordar un modo de concebir la práctica artística ligado a la búsqueda de conservación de las tradiciones y los lenguajes simbólicos compartidos, conjugando un objetivo de fortalecimiento cultural con estrategias de desarrollo cultural a nivel local.

~~E—book:~~ ISBN 978-950-658-332-3

Citas urbanas con la transferencia y la extensión

IV Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencia (COPUCI), 2014

Transferencia, Extensión, Ciudad

~~<Autora:>~~ Cecilia Mazzaro

~~Descripción:~~

La presentación se realizó en el marco del proyecto de investigación “Citas urbanas: construcción y regeneración de lazos socioculturales en la ciudad”, finalizado en diciembre de 2013, cuando el LILSU se encontraba ya formalizado como unidad de investigación para la UNLP. En ese contexto se consideró oportuno relevar las actividades e investigaciones hechas hasta el momento y observar su correspondencia con las funciones universitarias, específicamente la transferencia y la extensión. En este documento confluyen diferentes miradas teóricas sobre ambos conceptos, análisis de documentos, planes y estatutos de la UNLP, síntesis de revistas científicas y de divulgación relacionadas al estatuto del LILSU y la opinión de los integrantes originales del laboratorio sobre qué entendían por extensión y transferencia.

Esta investigación nos permitió hacer algunas observaciones como equipo respecto del trabajo que se realiza en el LILSU, en particular en torno a cómo concebimos el interés social de nuestras investigaciones y el valor agregado que resulta de reflexionar desde las ciencias sociales y la universidad sobre espacios cotidianos, ~~no sólo en función de la investigación sino también desde la transferencia y la extensión.~~

[<Buscar documento o link>](#)

Configuración y reconfiguración de espacios de participación ciudadana. Un ejercicio metodológico en los clubes sociales de Berisso

Anuario de Investigaciones 2011 (ISSN: 2408-3992)

Palabras clave: Cartografía social – Lazos socio-urbanos - Clubes de Berisso

Autora: Cecilia Mazzaro

Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina, 2014

**Descripción:**

El trabajo es resultado parcial del proyecto de investigación “Del ostracismo social al compromiso colectivo. Configuración y reconfiguración de espacios urbanos de participación ciudadana”, por lo que replicó la propuesta metodológica desarrollada en estudios previos en clubes del casco urbano de La Plata, entendidos como espacios de participación barrial y ciudadana y generadores por tanto de compromiso cívico-político. En este artículo se presentan, a partir de los principios y contextos del proyecto general, el desarrollo y ejemplificación de las herramientas de investigación implicadas y las conclusiones específicas de lo relevado en los clubes Villa Roca y Estrella de la localidad de Berisso.

Leer más: [colocar el link http://www.anuariodeinvestigaciones.com/2011/08/image1-displaynoneimage3\\_28.html](http://www.anuariodeinvestigaciones.com/2011/08/image1-displaynoneimage3_28.html)

Cartografía social: prácticas educativas para el diagnóstico ambiental y soberanía ciudadana

<Autoras:> Virginia Cáneva; <y> María Ofelia Tellechea.

V Jornadas de Extensión del MERCOSUR

~~Eje temático: Educación, comunicación y cultura.~~

~~18 y 19 de mayo de~~ 2016, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Tandil, Buenos Aires, Argentina.

<http://www.extension.unicen.edu.ar/web/jem/>

La extensión universitaria significa para nosotros construir y propiciar espacios de encuentro entre el saber científico y el popular, el conocimiento formal y el informal. Compartimos en esta ocasión, tres experiencias de educación, que tuvieron como objetivo principal promover la construcción de mapas ambientales genuinos y colectivos de la ciudad de La Plata. La primera práctica, se realizó con alumnos de 5º año del Colegio Nacional Rafael Hernández de la UNLP. La segunda, corresponde a un trabajo comunitario realizado en el barrio Villa Elvira nucleado a partir de las tareas de la Mesa Barrial. La tercera, remite a las acciones llevadas a cabo por vecinos autoconvocados de La Loma. Las experiencias narradas tienen en común la utilización ~~con las comunidades de herramientas teóricas y prácticas de la Cartografía Social.~~ <de herramientas teóricas y prácticas de la Cartografía Social con las comunidades mencionadas.>

Descargar PDF.

## Eventos

---

**Nota:** por una cuestión de actualidad de los eventos, los que se propusieron editar durante las capacitaciones no son los que figuran en la web actualmente, sino los siguientes:

V Jornadas de Extensión del Mercosur.

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN)

19 y 20 de Mayo de 2016

XVIII Congreso Redcom Comunicación, derechos y la cuestión del poder en América Latina

Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) y la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

6, 7, 8 y 9 de septiembre de 2016

XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la  
Comunicación (ALAIIC). Sociedad del conocimiento y comunicación:  
Reflexiones críticas desde América Latina  
Universidad Autónoma Metropolitana de México.  
5, 6 y 7 de octubre de 2016

## Equipo

---

**Nota:** tal como se aclara en el instructivo, el texto estable incluye sólo la presentación del equipo y, en el caso del ORCID, de cada integrante del LILSU, en forma de datos específicos.

## DE LAS REDES SOCIALES

---

**Nota:** también en este caso los textos editados se restringen sólo a los que acompañan los videos de YouTube, dado que LinkedIn y Skype sólo piden datos específicos para el armado de un perfil. Por otro lado, al momento de presentar el trabajo, el canal del LILSU únicamente contaba con una breve presentación del espacio y la reseña de un video. Ambos textos fueron construidos especialmente para estos espacios por la autora del TIF, rescatando la información que había editado para la página de Inicio de la web.

### Presentación:

En el Laboratorio de Investigación de Lazos Socio-Urbanos (Universidad Nacional de La Plata, Argentina), mostramos nuestro trabajo en investigación, docencia e intervención de la trama urbana, así como expresamos nuestros pareceres sobre múltiples problemáticas que nos atraviesan como ciudadanos que nos conmovemos y preocupamos por nuestros barrios, organizaciones, plazas, gente.

### Reseña del video 1: Publicado el 5 abr. 2017

Este video se realizó en 2012 para presentar la actividad del Laboratorio de Investigación de Lazos Socio-Urbanos en el marco de una reunión de investigadores y autoridades realizada en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. LILSU es un laboratorio de investigación fundado en 2011 que nuclea la actividad de académicos que desarrollamos estudios sobre la construcción y regeneración de lazos socioculturales en espacios urbanos desde una perspectiva interdisciplinaria anclada en el campo de la comunicación. Los

---

investigadores que formamos parte de esta propuesta convergemos, desde diferentes trayectorias, en intereses comunes que tienen que ver con el abordaje de problemáticas socioculturales en espacios urbanos, producto de procesos históricos de pauperización y disgregación social.