

Memoria



# PUNTO PERIO

*Proyecto de adecuación y relanzamiento del sitio web*



loading...



*María Paula Rodríguez*

*Mariano Oviedo*

**FACULTAD DE PERIODISMO  
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Director:

*Dr. Martín González Frígoli*

Co-director:

*Lic. Pablo Miguel Blesa*

Datos de los estudiantes:

*María Paula Rodríguez*

Legajo: 23176/4

DNI: 38545642

E-mail: [pauurodriguez@hotmail.com](mailto:pauurodriguez@hotmail.com)

*Mariano Gabriel Oviedo*

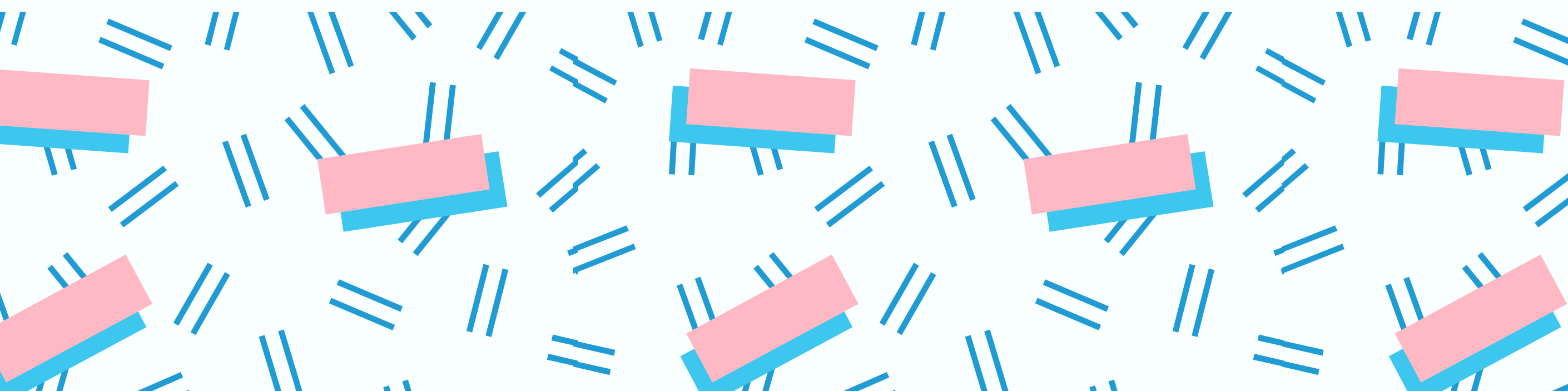
Legajo: 23121/8

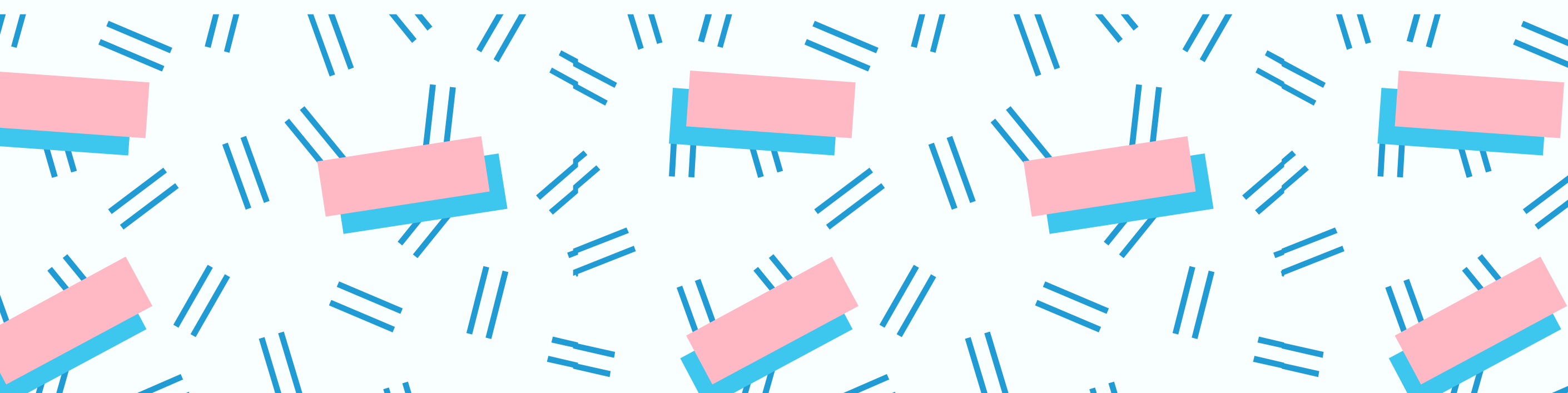
DNI: 38866186

E-mail: [marianooviedo@outlook.com.ar](mailto:marianooviedo@outlook.com.ar)

Fecha de presentación:

Agosto 2018





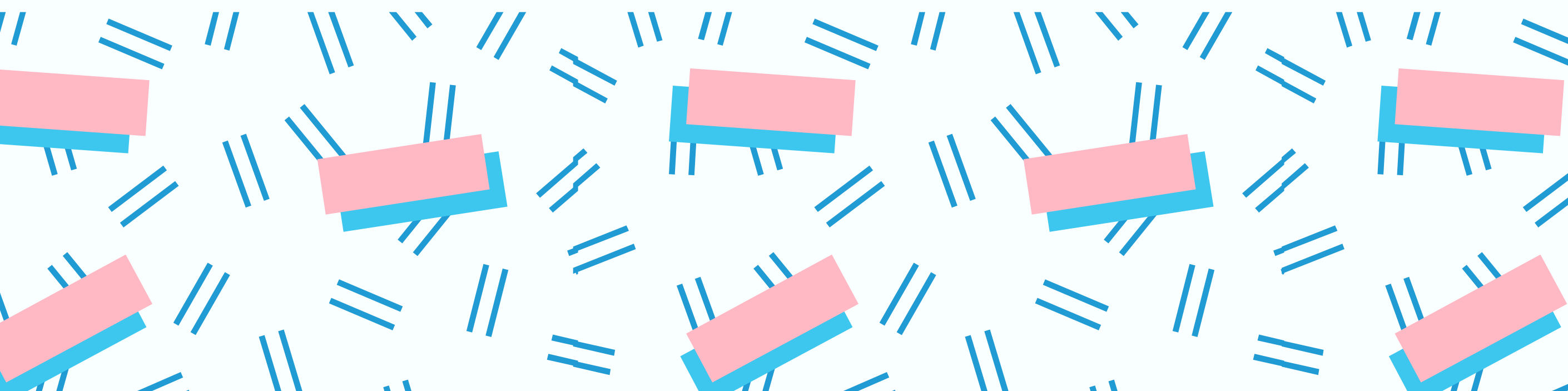
## Agradecimientos:

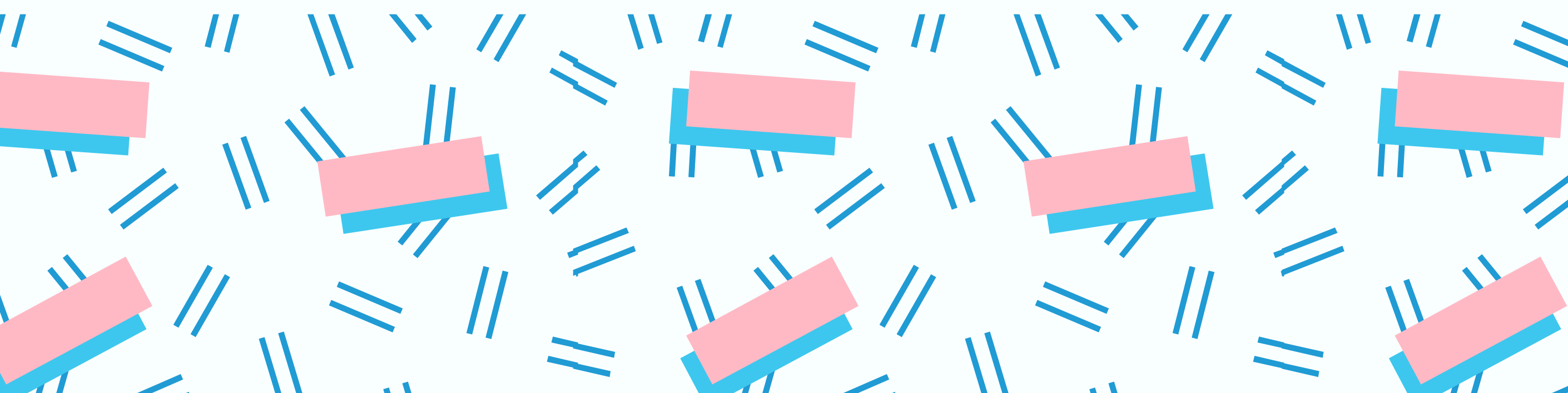
*A nuestras familias, por apoyarnos siempre.*

*A nuestros amigos, por el acompañamiento y los años de estudio compartidos.*

*A la facultad, por brindarnos una educación de calidad y enseñarnos a asumir una mirada crítica sobre el mundo.*

*A los directores, miembros de la SeViT y a todos los que hicieron que este trabajo fuera posible.*

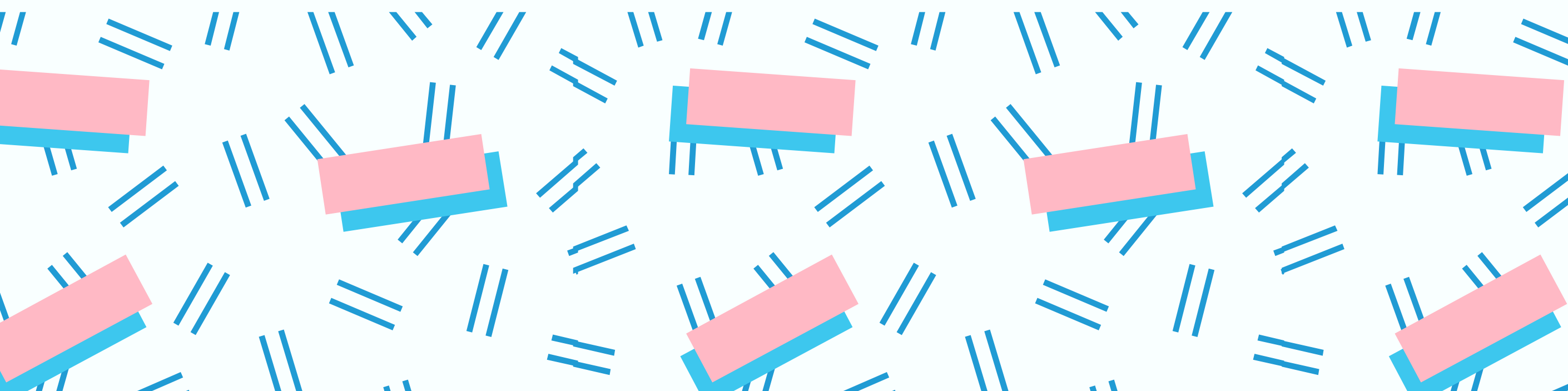


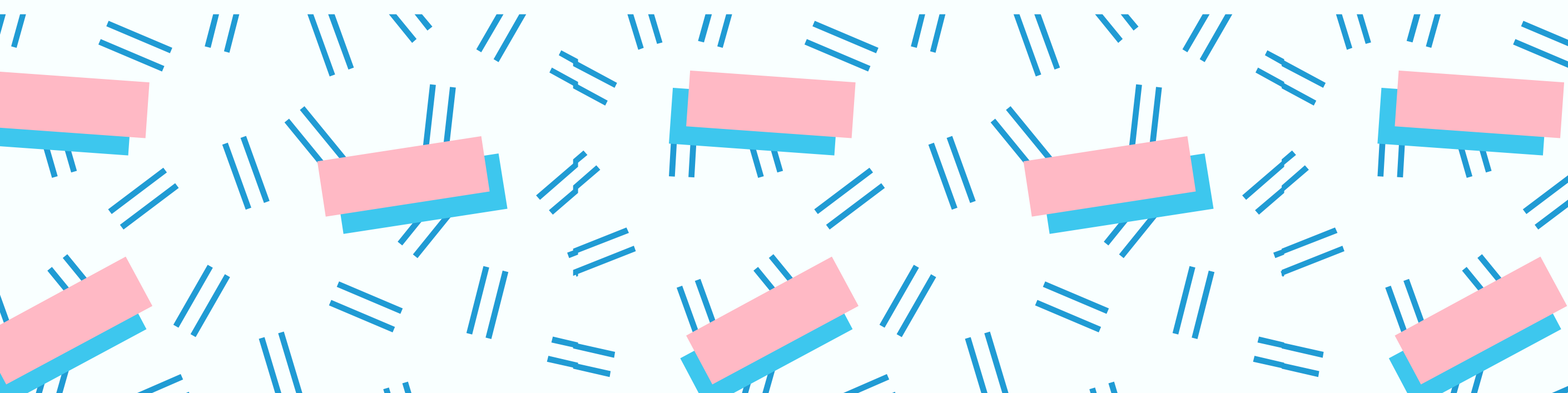


## Resumen del trabajo:

*Este Trabajo Integrador Final desarrolla un proyecto de adecuación y presentación del portal web Punto Perio para su posterior relanzamiento, con el objetivo de reabrir un espacio de prácticas, en donde los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social puedan difundir sus producciones y que, además, incorpore las lógicas integrales de comunicación que propone el Plan de Estudios 2014.*

*Para esto, se realizó una breve historización del portal y un diagnóstico de situación con el propósito de detectar aciertos y falencias del mismo, a partir de las que se plantearon líneas de acción que nos permitieron aplicar modificaciones sobre la estructura, funcionamiento y difusión del sitio, para que este llegue de forma pertinente a los estudiantes y pueda cumplir con su objetivo.*





## INDICE

<b>CAPITULO 1: EL PROYECTO .....</b>	<b>2</b>
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>2</b>
<b>OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>3</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>3</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>MÉTODOS Y TÉCNICAS .....</b>	<b>5</b>
<b>PALABRAS CLAVE.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO 2: EL CONTEXTO.....</b>	<b>8</b>
<b>ANTECEDENTES PARA LA PRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>HERRAMIENTAS TEÓRICO-CONCEPTUALES .....</b>	<b>11</b>
<b>BREVE CONTEXTO SOCIO-POLÍTICO .....</b>	<b>16</b>
<b>CAPITULO 3: EL DIAGNOSTICO.....</b>	<b>22</b>
<b>LOS INICIOS DE PUNTO PERIO .....</b>	<b>22</b>
<b>MODELO DE EVALUACIÓN.....</b>	<b>25</b>
<b>ENCUESTAS .....</b>	<b>28</b>
<b>ENTREVISTAS.....</b>	<b>30</b>
<b>MATRIZ FODA.....</b>	<b>31</b>
<b>CONCLUSIONES Y LÍNEAS DE ACCIÓN .....</b>	<b>32</b>
<b>CAPITULO 4: LA PLANIFICACION DE LAS PROPUESTAS .....</b>	<b>34</b>
<b>NUEVA ESTRUCTURA.....</b>	<b>34</b>
<b>FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>37</b>
<b>CAPITULO 5: LA EXCURSION A PUNTO PERIO .....</b>	<b>42</b>
<b>EL RECORRIDO .....</b>	<b>42</b>
<b>REFLEXIONES FINALES.....</b>	<b>47</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>50</b>



## CAPITULO 1: EL PROYECTO

### BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente Trabajo Integrador Final propone dar respuesta a la necesidad de un espacio virtual en donde los alumnos de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata puedan difundir sus producciones realizadas durante el primer trayecto de la carrera, a partir del análisis, adecuación y relanzamiento del portal web “Punto Perio” (<http://perio.unlp.edu.ar/sitios/puntoperio/>). Creado en el 2014 por la Secretaría de Vinculación Tecnológica (SeViT) de la misma unidad académica e inactivo desde comienzos del 2015, este convocaba a docentes de algunos talleres de la facultad a enviar las producciones más destacadas de sus respectivas comisiones para ser publicadas.

Este proyecto consistió en realizar una breve historización del apéndice institucional y un diagnóstico de situación, para luego redefinirlo y adecuarlo a los cánones de las tecnologías de comunicación y a las necesidades actuales de los estudiantes universitarios, siguiendo las lógicas integrales de comunicación que propone el Plan de Estudios 2014. Se llevó a cabo un nuevo producto que funcione, a su vez, como repositorio universitario al que cualquier persona pueda acceder, forme o no parte de la institución. A través de su propio usuario, los alumnos podrán cargar sus materiales en cuanto cumplan una serie de requisitos que serán revisados por un equipo moderador, encargado de aprobar y subir las publicaciones a la web. Además, el nuevo diseño del sitio cuenta con distintas pestañas para clasificar las producciones y diferentes etiquetas, *widgets* y módulos que servirán para la difusión de las mismas.

El relanzamiento de Punto Perio tiene como objetivo el uso de las tecnologías de comunicación como herramienta de apropiación de los alumnos para difundir sus producciones, en principio, encuadradas en las cuatro materias del área Lenguajes y Tecnologías correspondientes al Tramo I del nuevo plan de estudios, aplicado desde 2017. Este relanzamiento consiste en poner en práctica nuevas estrategias tecnológicas y comunicacionales: un rediseño de la página mucho más ágil y dinámico, que intentará atraer más lectores y usuarios activos,



además de la planificación de una campaña de promoción del proyecto y su contenido en distintas redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

El nuevo Punto Perio cuenta con una participación activa de la Secretaría de Vinculación Tecnológica que brindó los testimonios de quienes trabajaron en el proyecto anterior y/o trabajan en sitios similares, y que aportaron las herramientas tecnológicas necesarias para llevarlo adelante.

Los destinatario/as principales son lo/as alumnos/as de la FPyCS con la intención de difundir sus producciones, aunque el producto buscará captar el interés de toda la comunidad académica que forma parte la facultad y del público en general.

Se utilizó el portal web como soporte, ya que se reconoce a Punto Perio como antecedente directo del producto a relanzar y porque una plataforma online permite una mayor participación y alcance de receptores. De esta manera, la repercusión de las publicaciones del sitio web en las redes sociales, beneficiará la difusión del proyecto. Además, se consideró la implementación del sitio web “El Uno” de la Tecnicatura de Periodismo Deportivo, iniciado durante el primer cuatrimestre de 2017, y se analizaron los primeros resultados y sus logros en la web para establecer criterios de funcionamiento y organización del nuevo portal.

---

## **OBJETIVO GENERAL**

- Readecuar y presentar el portal web Punto Perio como nuevo espacio de difusión de las producciones de los estudiantes, que incorpore la lógica transmedia del Tramo I del Plan de Estudios 2014 de la Lic. en Comunicación Social de la FPyCS de la UNLP.

---

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Investigar los antecedentes del funcionamiento del portal web Punto Perio y de El Uno, espacio creado para la Tecnicatura de Periodismo Deportivo.
- Conocer la opinión de estudiantes que hayan participado de Punto Perio y otros que no lo hayan hecho sobre el sitio y su funcionamiento.
- Analizar la estructura técnica y contenidos del portal, detectando aciertos y falencias del mismo.



- Examinar las características del Plan de Estudios 2014, puntualizando en el área de Lenguajes y Tecnologías del diseño curricular.
- Proponer y aplicar mejoras web y nuevas estrategias comunicacionales en la difusión de sus contenidos, adecuándolo a los lineamientos propuestos por el Plan de Estudios 2014.

---

## JUSTIFICACIÓN

Como alumnos de la FPyCS de la UNLP, evidenciamos la falta de espacios en los que podamos compartir nuestras producciones de los distintos lenguajes comunicacionales que desarrollamos durante la carrera.

Desde abril de 2015, el sitio “Punto Perio, excursiones al periodismo” enlazada en la página institucional de la FPyCS (<http://perio.unlp.edu.ar>) no se actualizaba. El sitio publicaba producciones que los profesores de la facultad elegían como las más destacadas entre sus estudiantes. Sin embargo, este proyecto busca producir una plataforma web renovada que responda al área de vacancia reconocida por los estudiantes, donde a través del cumplimiento de una serie de requisitos, puedan acceder de forma libre y gratuita a la publicación de sus trabajos. Además, la propuesta tiene en consideración el interés de la Secretaría de Vinculación Tecnológica de la FPyCS de la UNLP y del creador de Punto Perio, Pablo Miguel Blesa, para la reactivación y el relanzamiento del portal.

Si bien el sitio mantiene su nombre original y sigue usando el mismo gestor de contenidos (Wordpress) y plantilla (Hueman), se redefinió su diseño y organización (*widgets*, disposición del espacio, secciones) para incorporar las lógicas integrales de comunicación que contempla el Plan de Estudios 2014. En esta versión renovada del portal web, el estudiante podrá crear un usuario propio para ingresar al mismo y subir sus producciones, que serán publicadas una vez aprobadas por el equipo moderador. Para ello deberá seguir una serie de requisitos en relación al estilo, derechos de autor, entre otras pautas.

Elegimos este soporte debido a la variedad de posibilidades que ofrece una plataforma online para potenciar las producciones realizadas por los estudiantes y que éstas circulen más allá del profesor de la cátedra en la que se encuadra o de la red social personal en la que el alumno puede publicarla.



Entendemos que, además de una herramienta de difusión, esta plataforma puede funcionar como fuente de consulta o repositorio para los estudiantes o cualquier persona interesada en alguna temática en particular sobre la que se haya trabajado anteriormente.

Con la implementación del Plan de Estudios 2014, concebido como un “proyecto común dotado de dinamismo”, creemos necesaria la creación de un espacio de difusión para Lenguajes y Tecnologías, una de las tres áreas de formación de la currícula del ciclo básico de la Licenciatura, que jerarquiza la producción de mensajes propios y elabora una nueva matriz en las que se enseñan y aprenden las técnicas de producción, articulándolas en la actualidad para producir relatos que son representaciones sobre el mundo, dando sentido a sus prácticas, vínculos y proyectos. Para esto, seleccionamos las cuatro materias del Tramo I pertenecientes a dicha área: Taller integral de lenguajes y narrativas; Taller de lectura y escritura I; Laboratorio creativo de escritura I y Taller de análisis de la información. Decidimos hacer este recorte para probar la herramienta en materias iniciales del ciclo básico en las que se dan los primeros pasos para la producción y realización de materiales comunicacionales. Esto se considera como una instancia experimental para una posible expansión curricular de la herramienta a futuro.

---

## MÉTODOS Y TÉCNICAS

En los estudios en comunicación no son frecuentes las investigaciones netamente cualitativas o cuantitativas debido a las características de los objetos de estudio; por lo que, para alcanzar los objetivos propuestos, el trabajo está enmarcado en una triangulación de enfoques metodológicos, es decir, que se utilizaron herramientas de ambos para llevar adelante la propuesta de redefinición y relanzamiento de Punto Perio, partiendo de un diagnóstico que respondiera a problemáticas comunicacionales detectadas.

Este diagnóstico buscó reconocer las tácticas empleadas en el portal Punto Perio, los contenidos publicados, las temáticas abordadas, los recursos comunicacionales, el lenguaje y tono con el que construyeron los mensajes, la periodicidad de las publicaciones y sus estrategias de interacción, además de analizar a los públicos y su participación online (González Frígoli & otros, 2016).



Para su abordaje se utilizaron herramientas tanto del método cuantitativo, que reclama la intervención de datos cuantificables que puedan ser generalizables; como del método cualitativo, de característica interpretativa, subjetiva y que hace uso de las percepciones del mundo desde las representaciones de los sujetos (Orozco & González, 2011), ya que se pretendió combinarlos de tal forma que “cada instancia sea pertinente para la concreción de diferentes propósitos, en el camino hacia conclusiones comunes” (Palazzolo & Asorey, 2013:89).

Entre las técnicas de recolección de datos, se realizó un análisis de contenido del portal web “Punto Perio”, es decir, una descripción sistemática de cuestiones referidas al diseño web, tipo de notas y material publicado para descomponer y clasificar el producto.

Se hicieron encuestas a una muestra seleccionada de estudiantes de la FPyCS de la UNLP que habían publicado sus producciones en la plataforma web y otros que no, con el fin de estudiar datos generales sobre el conocimiento y funcionamiento del producto en cuestión, a partir de la recolección de datos individuales que permitan observar comportamientos y situaciones que se repiten en varios de los sujetos (Domínguez & Zanduetta, 2013).

Para profundizar los datos obtenidos a través de las herramientas cuantitativas, se llevaron a cabo diversas entrevistas con el creador de Punto Perio. A partir de este diálogo e interacción, se recolectó información rica que resultó significativa para realizar una historización del sitio y sus antecedentes, además de conocer las necesidades y la opinión sobre el portal y su funcionamiento. También se hicieron entrevistas con los distintos docentes de las materias elegidas del Plan de Estudios 2014 para llevar a cabo la articulación del proyecto con las producciones realizadas en dichos espacios áulicos.

Además, se eligió una matriz de recolección de datos predefinida —el modelo de evaluación para sitios web de Corda y Viñas— con el objetivo de estudiar, observar y construir información sobre el portal y registrarla para su posterior análisis.

La codificación, estudio e interpretación de los datos arrojados por dichas herramientas pretendieron revelar las potencialidades y falencias del sistema utilizado durante el funcionamiento de Punto Perio. Para eso, también utilizamos el análisis FODA, técnica representada a partir de una matriz de doble entrada



para la detección de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Punto Perio.

A partir de estos elementos, se reflexionó sobre la manera de resolver las necesidades de los estudiantes y se propusieron y aplicaron los cambios pertinentes sobre el sitio web.

---

### **PALABRAS CLAVE**

Las palabras clave para el proyecto son: Punto Perio, relanzamiento, tecnologías de comunicación, transmedia, Plan de Estudios 2014.



## CAPITULO 2: EL CONTEXTO

### ANTECEDENTES PARA LA PRODUCCIÓN

A partir de la temática del presente Trabajo Integrador Final, se tuvieron en cuenta distintas definiciones y planteos de diversos autores acerca de las tecnologías de comunicación en los últimos años, la noción de comunidad web y su estrecha vinculación con los jóvenes universitarios, tanto en tesis, artículos de revistas especializadas y documentos científicos. Además, se han rastreado modelos de productos digitales similares al proyecto sobre el que se trabajó, siguiendo los pasos previos a su realización y la metodología llevada a cabo, y teniendo siempre en cuenta el producto que se pretendió intervenir y relanzar: Punto Perio.

La tesis de grado *Los portales web como estrategia de comunicación universitaria: evaluación del portal estudiantil* de Becerra (2014) realiza un análisis de un portal web estudiantil de la Universidad Nacional Autónoma de México como estrategia de comunicación universitaria. Su autora entiende que con la optimización de las TIC, “Internet pasa a ser de una tecnología a un medio de comunicación y de interacción de organización social” (p.12) y destaca la importancia de integrar las TIC al ámbito educativo porque, este contexto al que define como “Era Internet”, exige cambios para la educación tanto en profesores como en alumnos.

El estudio define a la “comunicación universitaria” como “una forma de satisfacer las necesidades comunicacionales de una nueva realidad entre las universidades y la sociedad, con el objetivo de lograr una construcción de espacios de interacción y de intercambios de información” (Becerra, 2014: 59), ya que la sociedad y la propia comunidad universitaria le reclaman a la institución otras formas de comunicación entre los distintos actores.

El portal es elaborado en su mayor parte por los estudiantes en cooperación con los profesores, y ambos vinculados con la Secretaria de Asuntos Estudiantiles, Extensión Universitaria y el Centro de Investigación Digital. El proyecto cuenta con un sistema de selección de contenidos a cargo de un “comité editorial” conformado por académicos.



Además de los conceptos teóricos expresados anteriormente, se tomó en cuenta la metodología de observación exhaustiva del portal web de la Universidad Nacional Autónoma de México para replicarlo sobre Punto Perio. El análisis de la autora no tiene como objetivo la aplicación de cambios en el sitio, sino que sólo explicita algunas recomendaciones de lo que se podría hacer para mejorar el producto.

La tesis de grado *Producción, diseño y edición de portales periodísticos: relanzamiento de www.portalba.com.ar* de Gandini y Tortolini (2010) aborda, como su título lo indica, la planificación, diseño y re-edición de un portal digital de noticias bonaerenses. Retoma la idea de “relanzamiento” ya que, a partir de un análisis del portal, se van a detectar las cuestiones a modificar para aplicarlas y mejorar el producto.

Los autores hacen una historización de Internet y su crecimiento, y detallan las particularidades y características que diferencian a un portal web de noticias de los medios gráficos tradicionales: contenido, jerarquización, diseño, estilo, etc.

Se tomó como ejemplo la nueva propuesta de PortalBA porque detalla los lineamientos y criterios bajo los cuales se hizo el relanzamiento del portal, y porque desarrolla ciertos conceptos sobre el periodismo digital.

El artículo *Blogs y PDI: nuevas tecnologías, práctica y aprendizaje*, de *Revista Question*, refiere a la creación de un blog diseñado por profesores de la Comisión 2 de la materia Periodismo de Investigación (PDI) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social denominado “Periodismo de Investigación, comisión 2” con el objetivo de publicar algunas producciones de alumnos y docentes de la materia: “se presenta como un blog colectivo donde se abordan temas variados desde una mirada periodística y de investigación, alejándose de otros espacios similares que se escriben en forma personalizada por un autor” (Jofre, 2008: 1).

Se consideró esta experiencia como un antecedente directo, ya que plantea la demanda colectiva de un espacio en común donde exponer trabajos realizados por alumnos, en este caso, de la materia PDI.





A pesar de que la autora plantea como un éxito la creación del blog bajo la plataforma “Blogspot”, alegando que hubo menos resistencia por parte de los alumnos a publicar sus producciones, se observa que luego de 9 años, este sitio dejó de existir online y es actualmente ocupado por otro usuario. Sin embargo, se tomó de referencia esta iniciativa para dar cuenta de que, desde hace más de una década, la falta de espacios de expresión para los estudiantes se hace presente en la institución universitaria: “Las nuevas herramientas que posibilita la Web 2.0, generaron al proyecto del blog de PDI como alternativa para solucionar al menos uno de los inconvenientes con los que se debían enfrentar los estudiantes que se mostraban interesados en una publicación” (p.3), explicaba Jofre, profesora de la materia y editora del blog.

En el 2017 se puso en funcionamiento una nueva plataforma digital interactiva de evaluación intercátedras para la Tecnicatura en Periodismo Deportivo. La creación de *El Uno* se realizó en colaboración con la SeViT con el objetivo de que los alumnos puedan subir sus producciones a la web (trabajos prácticos, parciales, notas periodísticas) y que las mismas sean corregidas online por los docentes de las cátedras para que, posteriormente, puedan ser publicadas en el sitio.

La iniciativa surge en el marco de la creación del nuevo Plan de Estudios 2014 que empezó a implementarse el año pasado: “El desarrollo y la puesta en práctica de esta plataforma fueron debatidos oportunamente en el marco del Programa de Formación Permanente desde el cual se vienen motorizando acciones específicas para problematizar los procesos de evaluación y aprendizaje dentro del nuevo Plan”<sup>1</sup>.

La plataforma cuenta con algunas características similares al rediseño pensado para Punto Perio: se utiliza el gestor Wordpress por su simpleza y practicidad y también coincide en que el usuario puede registrarse con su propia cuenta para subir sus trabajos. Además, en los laterales, aparece la opción de etiquetas y tiene el apartado de archivos para buscar los trabajos por fecha.

---

<sup>1</sup> Nueva plataforma de evaluación intercátedras para Periodismo Deportivo (s.f). *Facultad de Periodismo y Comunicación Social* <http://perio.unlp.edu.ar/node/6957>



Una de las diferencias principales con el proyecto Punto Perio es que, en El Uno, los docentes tienen un rol primordial, al ser ellos los que corrigen los trabajos y aprueban o no la publicación de las producciones a través de sus propios usuarios.

Desde junio hasta octubre del 2017 se han publicado diversas producciones que atraviesan al deporte como tema central en cada uno de los trabajos: “Los resultados fueron muy buenos, primero hacia adentro, porque los docentes se entusiasmaron con la idea y se lo comunicaron a los alumnos y esto motivó a buscar información más precisa o a una investigación más profunda. Vimos que se generó esa expectativa de decir ‘voy a publicar lo que hago’”, explica Pablo Miguel Blesa, integrante de la SeViT y uno de los desarrolladores de El Uno.

Además, el sitio cuenta con dos tipos de manuales que se tomaron de referencia al momento de crear los propios: un instructivo con indicaciones para la generación de una cuenta propia con usuario y contraseña, y otro con instrucciones para la carga de videos en Youtube.

---

## HERRAMIENTAS TEÓRICO-CONCEPTUALES

Este apartado explicita los posicionamientos teóricos que atraviesan este proyecto comunicacional, con el objetivo de establecer la perspectiva de la que partió y a través de la cual se desarrollaron las diferentes etapas que lo conforman.

El presente TIF entiende a la comunicación como:

proceso de producción de significados, que siempre es de índole social. Dicho proceso se produce y reproduce en el marco de las culturas e implica continuas luchas por la definición social de esos sentidos, es decir, por la legitimación de algunos significados y representaciones por encima de otros, que son invisibilizados, “alterados”, connotados negativamente, etc. De aquí se desprende que las relaciones de comunicación, como cualquier proceso sociocultural, implican relaciones de poder, donde los actores no se encuentran en igualdad de condiciones. Los procesos comunicacionales están mediados por las asimetrías y desigualdades propias del tejido social. (Lotti, 2007:7)

Comunicación digital hace referencia específicamente a la comunicación digital online “porque es en lo online donde reside la interacción, la potencialidad de participación, la conversación”. Además, se piensa dentro de un proceso más amplio en el que la convergencia digital/cultural y las narrativas transmedia han



transformado los modos de producción/consumo. (González Frígoli & otros, 2016:22)

A su vez, la comunicación digital implica reconocer el proceso de “digitalización de la cultura, la transformación de la información, las imágenes, sonidos y mensajes en bytes capaces de fluir por diferentes plataformas mediáticas y de ser reproducidos, reeditados y redistribuidos fácilmente y desde diferentes contextos” (p.21-22). Sin embargo, para propiciar una mirada crítica de la comunicación digital es necesario preguntarse y reflexionar sobre los que manejan la información y de la manera que lo hacen, teniendo en cuenta que al menos el 95% de los datos del mundo están hoy digitalizados y disponibles en internet.

### ***LA MEDIATIZACIÓN DE LA CULTURA Y LA WEB 2.0***

Está a la vista que el mundo está atravesando una nueva etapa de la mediatización de la cultura que se da con la penetración de internet y las tecnologías de comunicación en la vida diaria de las personas. Según Jesús Martín Barbero (2002):

...estamos ante la configuración de un ecosistema comunicativo conformado no sólo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras, por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica, y por la reintegración de la imagen al campo de la producción del conocimiento. Todo lo cual está incidiendo tanto sobre lo que entendemos por comunicar como sobre las figuras del convivir y el sentido de lazo social. (p.83).

El fenómeno de la inmediatez, de la novedad, construyó un nuevo régimen de espacio-tiempo en donde el sujeto es interceptado por una nueva realidad en cuestión de segundos y esto repercute en la sociedad, en sus formas de relacionarse, de actuar y de pensar. María Cristina Mata (1999) explica que los medios masivos de comunicación dejaron de actuar exclusivamente “como fuentes de información y entretenimiento” para pasar a ser, también, “fuentes de la construcción de imaginarios colectivos, entendidos como espacios identitarios nacionales, epocales, generacionales” (p.82-83), lo que define esta transformación simbólica de la mediatización que se profundiza aún más con internet y las redes sociales.

El relanzamiento de Punto Perio nace en el marco de la web 2.0, donde los verdaderos protagonistas son los usuarios, considerados segunda generación de internet. El proceso de creación, participación y colaboración de

los internautas forma parte esencial de esta comunicación superadora de la 1.0, que solo permitía enviar o buscar información, leer y recibir mails o consultas. Aquí la información venía en sentido vertical descendente, sin un intercambio de contenido con el usuario.

A partir de la reconfiguración de la web, entraron en juego nuevas voces y representaciones que atravesaron y transformaron al sujeto, y que pusieron en alerta a los productores hegemónicos concentrados de la información.

El primero en hablar de web 2.0 fue Tim O'Reilly, CEO de la consultora O'Reilly Media, que en 2005 definió al término como una actitud y no como una tecnología. Esta actitud hace modificar por completo al sujeto, quien pasa a convertirse en lo que se denomina webactor o prosumidor, es decir, consumidor y productor al mismo tiempo:

Lejos de definirlos como sujetos pasivos y referirnos a éstos como navegantes, usuarios o visitantes, que simplemente aceptan lo dado por el emisor, vamos a pensar en los sujetos en tanto actores sociales que son parte activa y fundamental de la conversación que se teje en estos nuevos espacios, son eslabones trascendentales de esta cadena que es la red. (Giordano C., Souza M. S. & Vidarte Asorey V., 2011:23-24)

Otra de las características que posee la web 2.0 y que se vio incrementada en estos últimos años es la aparición de las comunidades virtuales a través de distintas plataformas como blogs, foros y, especialmente, las redes sociales, que facilitaron y agilizaron este proceso de intercambio de información y de experiencias propias, tal como lo desarrolla Igarza:

en estas formas de comunicación colectiva, los usuarios alternan en los roles de producción/recepción de contenidos y emisor/receptor de mensajes, lo que implica que, en términos de comunicación pública, más personas tienen la posibilidad de difundir públicamente sus opiniones, sus perspectivas y experiencias de vida (González Frígoli & otros, 2016:23).

La aparición y apropiación de nuevas plataformas hicieron posible nuevos códigos narrativos y estrategias en la producción de contenidos. Esto implica un desafío para el comunicador que debe adaptar su formación a los nuevos ámbitos laborales para poder “pensar críticamente a las tecnologías de comunicación y producir estrategias comunicacionales en plataformas digitales, entendiendo y reconociendo sus particularidades” (González Frígoli & otros, 2016: 112).



## **LAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN**

Las tecnologías son “cosas sociales”. Jesús Martín Barbero propone pensarlas como una metáfora para comprender el tejido del que está hecha la subjetividad: “la tecnología entendida como una creación que muestra el potencial de la imaginación humana, que da cuenta de las múltiples formas en que podemos seguir construyéndonos en tanto sujetos y en tanto sociedades” (Giordano C., Souza M. S. & Vidarte Asorey V., 2011:222).

Cuando se habla de las tecnologías relacionadas con la Web 2.0, se hace alusión a tecnologías de comunicación y no a tecnologías de Información y Comunicación (TIC) o a nuevas tecnologías, ya que se parte de que “la información es parte del proceso de comunicación” y “porque el adjetivo ‘nuevas’ nace con fecha de vencimiento en un contexto en el que mercado necesita permanentemente introducir nuevos productos” (p.25).

Las tecnologías son de comunicación en tanto se las reconoce como productoras de sentido, es decir, como actores de disputa simbólica y de poder.

## **ACCESO Y APROPIACIÓN**

Uno de los objetivos de Punto Perio es que actúe como una plataforma a la que los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social puedan acceder y de la que puedan apropiarse como un canal de expresión, difusión y de producción de sentidos propios. Por esto, se entiende por acceso a las tecnologías de comunicación:

la posibilidad de utilizar las tecnologías de manera efectiva, reconociendo sus limitaciones y posibilidades para cada contexto de uso, apropiándolas para la consecución de objetivos individuales y colectivos, adaptándolas crítica y participativamente al conjunto de prácticas comunicativas que hacen a la sociabilidad, y utilizándolas como recursos para la creación, expresión, producción e intercambio cultural (Cabello, Feeney & Morales, 2009:1)

Sin embargo, el acceso a las tecnologías de comunicación no garantiza su apropiación, considerada un aspecto más complejo concebido como la “posibilidad de que el individuo devenga de consumidor de mercancías en sujeto creador de los objetos que posee” (Morales, 2004:189) y expresado en el mayor o menor grado de libertad, creatividad e intensidad en el uso del objeto. El nuevo Punto Perio está en continuo diálogo con determinados espacios áulicos en particular y el resto de las materias de la Licenciatura en general, por lo que es importante que los docentes operen como agentes facilitadores de los procesos



de apropiación de tecnología de comunicación en aprendizajes y enseñanza, y preparar a los actores involucrados para que también se apropien y orienten procesos de apropiación.

### **LAS REDES SOCIALES**

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Hütt Herrera, 2012:123). En la actualidad, las redes sociales son el eslabón fundamental para la difusión de los proyectos y la interacción con otros usuarios –conocidos y anónimos–, lo que se denomina feedback.

Gracias a su inmediatez y a la efectividad del acceso a la información se puede afirmar que, desde hace más de una década, las redes sociales realizaron una verdadera revolución, tanto en internet como en el periodismo y la comunicación. Es por eso que para el nuevo Punto Perio, las redes constituyen una herramienta imprescindible para la difusión del sitio en sí y de las producciones publicadas.

Según un informe de We Are Social, el 62% de la población (27 millones de personas) usa alguna de las redes sociales, siendo Argentina el 5° país con mayor proporción de habitantes usuarios de estas plataformas<sup>2</sup>.

### **LA CONVERGENCIA DE LENGUAJES EN LA NARRATIVA TRANSMEDIA**

Se suele identificar la narratividad con la idea de relato, es decir, una serie de acciones llevadas a cabo cronológicamente por personajes humanizados. Sin embargo, con la llegada de internet en las últimas décadas, el concepto de narrativa se expande y el foco cambia, al pasar de la narratividad del producto en sí a la experiencia de los usuarios, quienes asumen un rol más activo en el proceso de articulación de lenguajes para su interpretación.

Las tecnologías que dieron lugar a muchos soportes y lenguajes específicos, como lo audiovisual, lo radiofónico o lo gráfico, son integradas en función de una misma historia: “Cada uno de los soportes y lenguajes que conocemos cuenta con sus propias reglas de organización, estructuración,

---

<sup>2</sup> Ignacio de la Rosa (16/5/16). Los argentinos en el podio mundial de uso de redes sociales. *Los Andes* <http://www.losandes.com.ar/article/los-argentinos-en-el-podio-mundial-de-uso-de-las-redes-sociales>



retórica, gramática, genérica y estilística; será integral aquella narrativa que utilice más de uno de estos posibles soportes para la construcción y recepción de dicha narrativa”<sup>3</sup>.

Actualmente, no existe una recepción que no sea integral ya que nuestros modos de decir, ser, desear, pensar y actuar en el mundo son cada vez más transmediales, lo que provoca que desde la producción se generen métodos y canales más eficientes de comunicación para realizar estas nuevas narraciones.

Entonces, el desafío consiste en que las producciones, desde su origen, integren de manera consciente las estrategias transmediales y no sea solo resultado instrumental del proceso porque “no es lo mismo contarlo a través de muchas plataformas y soportes que contarlo en múltiples plataformas y soportes”<sup>4</sup>.

---

## BREVE CONTEXTO SOCIO-POLÍTICO

### *TECNOLOGÍAS EN EDUCACIÓN*

Es cierto que con la aparición de Internet se renovó el debate acerca de la democratización de la tecnología, pero, aún hoy, el tema es resistido por muchos docentes y directivos para su incorporación como método de enseñanza. En Argentina, recién a mediados de los 90 se comenzaron a implementar los primeros pasos de la tecnología en el entorno educativo a través de proyectos como PRODYMES I y II, el Plan Social Educativo, el proyecto Redes y Educ.ar:

Los discursos producidos en el ámbito educativo han presentado (y continúan haciéndolo) a la informática, Internet y los medios de comunicación como vehículos idóneos para la modernización (desarrollo) y la igualdad (facilitan el acceso la información superando distinto tipo de distancias) y como herramientas facilitadoras de los procesos de descentralización administrativa y organizativa (Cabello, Feeney & Morales, 2009:5).

Uno de los pasos firmes con respecto a las tecnologías en educación se dio en el año 2010 con la implementación del Plan Conectar Igualdad bajo la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, que tuvo como fin acortar las brechas digitales, sociales y educativas, al entregar más de 5 millones de netbooks en distintas escuelas de Argentina: “El empleo de las tecnologías debe

---

<sup>3</sup> AA.VV. (2018) Apunte para documento integral de cátedras de comunicación digital.

<sup>4</sup> ÍDEM





ocupar un lugar estratégico en la agenda educativa de las escuelas para lograr aprendizajes significativos en el marco de la sociedad de conocimiento”<sup>5</sup>, decían en ese momento las autoridades del plan que actualmente se encuentra desmantelado.

En el ámbito universitario, algunas de las novedades tecnológicas de los últimos tiempos se relacionan con las innovaciones en la comunicación referidas a las cuestiones administrativas y de gestión, al poder los alumnos anotarse a materias, cambiarse de cátedras, pedir certificados, entre otras tareas a tan solo un click de distancia.

Además, otro avance importante es el acceso a la bibliografía y a los distintos materiales utilizados en el marco de las clases. Esto es posible a través de la digitalización y publicación de los mismos en las Web de Cátedras, Aulas Web o en las páginas web de las facultades, lo que facilita su adquisición a favor de los estudiantes, especialmente, durante la crítica situación económica por la que atraviesa el país y la universidad pública.

Por último, otro aspecto a destacar es la relación de las redes sociales con la comunidad universitaria. Tanto alumnos, docentes y las mismas instituciones utilizan las redes sociales como el método de comunicación más factible para difundir todo tipo de información, mensajes, avisos y promociones.

En conclusión, no alcanza con equipar los establecimientos educativos con computadoras y brindar capacitaciones informáticas porque la comunicación y la tecnología van más allá de un espacio áulico. Las instituciones educativas, tanto escuelas como universidades tienen “el desafío de atender a la emergencia de los nuevos lenguajes y subjetividades, redefiniendo sus planes de estudios y promoviendo espacios de discusión que rompan con dicotomías obsoletas”. (Giordano C., Souza M. S. & Vidarte Asorey V., 2011:207).

### ***EL PLAN 2014: HACIA UN NUEVO PERFIL DEL COMUNICADOR***

El Plan de Estudios 98 se mantuvo en vigencia por 19 años, pero sus contenidos y modalidades de enseñanza fueron sometidos a múltiples discusiones y debates por parte de la comunidad universitaria e investigadores, que empezaron a revisarlo y evaluarlo desde 2003.

---

<sup>5</sup> (5/11/2010). ¿Qué es conectar igualdad? *Educativa*. <https://www.educativa.com/blog-articulos/que-es-conectar-igualdad/>





En 2011, en el marco del Programa de Evaluación Curricular y Transformación (PECT), la Facultad de Periodismo y Comunicación Social convocó en este espacio a docentes de las materias del ciclo común, las orientaciones y el profesorado para evaluar conjuntamente el estado del Plan 98, elaborar un diagnóstico compartido y generar líneas de trabajo para una transformación curricular. De esta manera, se establecieron valoraciones positivas y negativas a partir de las cuales se reelaboraron las estrategias educativas.

En 2014 se aprobó un nuevo Plan de Estudios que tiene como objetivo “producir un marco de referencia político académico que habilite procesos de formación, discusión, y transferencia, que permitan profundizar la producción de conocimiento en comunicación y legitime nuevas prácticas y sentidos profesionales, desde una perspectiva participativa, transformadora e inclusiva”<sup>6</sup>.

Se pensó en un plan que se adaptara a los nuevos tiempos laborales y académicos, y a las nuevas condiciones de formación, que exigen pensar en un nuevo comunicador; uno que además de conservar su perfil técnico, “sea capaz de recuperar el sentido estratégico de su acción, dónde su técnica forme parte de su capacidad para poner en acción y desplegar su sensibilidad, sus convicciones y su compromiso”<sup>7</sup>.

Las transformaciones tecnológicas de la última década y su impacto en el campo comunicacional, en la educación y las relaciones interpersonales, obligaron a incorporarlas al programa de contenidos y aprovechar sus potencialidades. Esto influye en la manera de pensar la producción de contenidos mediáticos comunicacionales en los distintos soportes, cuyos límites se desdibujan y se acercan cada vez más a la lógica de narración transmedia, donde los lenguajes y formatos se conjugan para contar una misma historia.

Los principales cambios:

- Recorridos estructurados y flexibles: se ajusta la flexibilidad del Plan 98 que, si bien permitía a los estudiantes hacer recorridos de acuerdo a sus intereses, generaba problemas respecto a la incertidumbre de los docentes sobre la trayectoria académica de sus comisiones.

---

<sup>6</sup> Documento del Plan de Estudios 2014. Licenciatura en Comunicación Social. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. <https://goo.gl/nvTNZ4>

<sup>7</sup> IDEM.



- Espacios curriculares cuatrimestrales: se reconfigura la estructura del plan de estudios con la totalidad de sus materias cuatrimestrales para minimizar la deserción estudiantil.
- Título de Técnico Superior Universitario en Comunicación Social: el título intermedio que se entrega una vez finalizado el ciclo básico, acredita y valida cierta trayectoria académica, con el objetivo de fomentar la inclusión en el campo laboral y profesional de los estudiantes.
- Organización de los espacios curriculares: se intenta reorganizar la jerarquía del Plan 98 y equiparar el peso de la formación en lenguajes con respecto a otros saberes de la comunicación y de las ciencias sociales, para pasar de un perfil de comunicador técnico o profesionalista a uno más integral.
- Énfasis en la gestión de medios y la producción de contenidos: se plantea ordenar los espacios curriculares del área de “Lenguajes y tecnologías” en torno al concepto de transmedia, “que reconoce el espacio de tensión/articulación entre los lenguajes y soportes tradicionales en el contexto de nuevos soportes y plataformas de integración”. Según el Prosecretario Académico Federico Rodrigo, el objetivo de este cambio fue que el estudiante comprendiera que existen distintas narrativas, maneras de contar una misma historia y que fuera capaz de organizarlo en los distintos lenguajes y soportes para que sea comunicable. Sin embargo, todavía existe una tensión respecto a hasta dónde se puede aprender con una lógica transmedia y hasta dónde es necesario tener un espacio específico de aprendizaje en el lenguaje gráfico, radiofónico, audiovisual, digital. Como esta discusión no se encuentra conceptualmente resuelta, el Plan de Estudios 2014 combina espacios integrales y específicos de cada lenguaje.

El nuevo plan de estudios empezó a implementarse en el ciclo lectivo 2017, por lo que muchos de los ejes planteados recién empiezan a ponerse en juego



dentro del aula y su aplicación y/o transformaciones dependerán de cómo interactúen con los docentes, los estudiantes y el contexto sociopolítico en el que se desarrollan.

### ***LAS MATERIAS DEL NUEVO PLAN***

Se decidió realizar un recorte de cuatro materias del Tramo I de Lenguajes y Tecnologías, área que trata de jerarquizar la producción de mensajes propios elaborando una nueva matriz desde la cual enseñar y aprender las técnicas de producción.

- Taller de análisis de la información: la materia trata de desarrollar en los estudiantes “una mirada crítica frente al mundo que nos rodea”, según explicó la titular de cátedra Elisa Ghea. Con tres ejes anclados en “Estado, política y sociedad”, “Análisis de la información”, “Estado, poder y política”, este espacio curricular trabaja sobre la complejidad y profundidad de la información y los argumentos. El estudiante que cursa y aprueba el taller adopta una lectura crítica y es capaz de plasmarla en cualquier soporte: “Uno tiene una mirada crítica de la realidad y puede transmitirlo en un tweet de 280 caracteres, en un video de Youtube, en un relato oral, o combinarlos en una narrativa transmedia”, agregó Ghea.
- Taller de lectura y escritura I: el taller relaciona a los alumnos con la lectura y la escritura desde el punto de vista de la comunicación. Además de trabajar desde lo técnico, a partir de lo que se busca mejorar la escritura de los estudiantes, se enseña a leer y producir textos desde una clave comunicacional-contextual. “Se utiliza la tríada texto-contexto-autor a partir de la que se analizan las obras literarias universales, latinoamericanas y otro contenido de actualidad, como la música y la moda, que también tienen mucho que ver con el contexto”, explicó Rossana Viñas, profesora adjunta de la cátedra. Los estudiantes terminan la materia reeditando una producción propia para publicarla en la revista digital Letras, del Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE).
- Laboratorio creativo de escritura I: el laboratorio propone que los estudiantes tengan una formación como lectores críticos de ficción y que



atraviesen la experiencia de escribir y producir una ficción propia. “El objetivo de la materia es que los estudiantes escriban un relato significativo que parta de recuerdos y experiencias propias, y que a partir de las herramientas y recursos que se les da durante la cursada, puedan lograr que esa anécdota se convierta en un relato ficcional”, comentó Marina Arias, titular de la cátedra. Se trabaja con obras ficcionales de escritores-periodistas argentinos y latinoamericanos, desde una mirada literaria, pero también social y política. Además, se introduce en la argumentación a través de la reseña literaria de una novela.

- Taller integral de lenguajes y narrativas: el taller pretende acercar a los alumnos las herramientas que les permitan identificar los momentos más importantes del proceso de producción de contenidos comunicacionales (preparación, realización y circulación). Además, propone realizar producciones creativas, originales y de carácter colectivo que produzcan múltiples relatos que den cuenta de determinadas realidades, promoviendo una narrativa integral que rompa con los esquemas tradicionales y que articule y complemente diferentes lenguajes, soportes y redes. “Hay que pensar con los estudiantes cómo los convertimos en productores creativos de estrategias de comunicación desde el día uno”, mencionó Diego Díaz, titular de la cátedra.



## CAPITULO 3: EL DIAGNOSTICO

La realización de un diagnóstico tiene el fin de conocer algo para actuar con eficacia a posteriori. Es uno de los primeros pasos de todo proyecto de planificación comunicacional que permite tener un conocimiento real y concreto de una situación antes de una intervención –lo que sería en este caso el relanzamiento del portal Punto Perio– para así, poder programar acciones y estrategias que enfrenten los problemas y necesidades detectados en el mismo.

En el presente diagnóstico se utilizaron diversos métodos, tanto cuantitativos como cualitativos, para evaluar el portal Punto Perio: análisis de contenido, una matriz de datos, encuestas tanto a participantes del sitio como a alumnos de la Facultad de Periodismo, entrevistas a docentes a cargo de materias partícipes del nuevo sitio y una matriz FODA. Finalmente, se propusieron líneas de acción para continuar con los siguientes pasos del proyecto.

### LOS INICIOS DE PUNTO PERIO

La idea del sitio web Punto Perio fue pensada a principios del 2014 por la SeViT, área dirigida por Martín González Frígoli y perteneciente a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. La Secretaría busca fomentar, propiciar e impulsar espacios de formación e investigación referidos al campo de las comunicaciones y las nuevas tecnologías, además de fortalecer la capacitación y relación entre los investigadores, docentes y alumnos dentro de la sociedad de la información.

Es en este marco es donde nace la idea de Punto Perio, creada por Pablo Miguel Blesa, con el objetivo de visibilizar las producciones periodísticas realizadas por los alumnos para que trasciendan el ámbito universitario y puedan ser vistas por otras personas. Aquí participaban los distintos talleres anuales del Plan de Estudios 98: el Área Audiovisual, Área Radiofónica y Área de Producción Gráfica. Los docentes escogían, a su parecer, los mejores trabajos realizados por los estudiantes, estos eran enviados a los moderadores de la página y allí subidos para su reproducción. Además, el proyecto tuvo la intención de generar contenido propio que pudiera ser levantado por otros medios, para también darle



visibilidad al trabajo que se hacía desde adentro de la Facultad e instalarse como generadores de contenido para medios locales. “Lo que permitía el entorno digital era trabajar distintos lenguajes y empezar a poner en discusión la necesidad de hablar sobre periodismo digital que hasta ese momento no se hacía”, reflexionó Blesa acerca del contexto del surgimiento del proyecto.

Si bien el servidor fue puesto en marcha en los primeros meses del 2014 para el correcto funcionamiento online de la página, las primeras publicaciones fueron apareciendo en el último trimestre de ese mismo año. Comenzó con producciones de la Tecnicatura en Periodismo Deportivo, pero luego fue ampliándose también hacia la Licenciatura en Comunicación Social.

El enlace para entrar al sitio fue desde un principio <http://perio.unlp.edu.ar/sitios/puntoperio/> y figuraba en el margen derecho –en el anterior diseño– de la página de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, junto con otras webs vinculadas al ámbito universitario.

El nombre Punto Perio fue elegido entre varios nombres por su sencillez y su compatibilidad con el universo propio de la Facultad: “Lo vimos del lado del estudiante y para el estudiante es todo ‘perio’ y el ‘punto’ era, justamente, internet”, dijo Pablo Blesa al preguntarle por la denominación del portal. El nombre fue acompañado por el slogan “excursiones al periodismo”, en referencia a que eran las primeras producciones en las que trabajaban los alumnos de la facultad. La identidad e imagen del sitio (el logotipo y otras decisiones acerca del estilo) fue desarrollada por el personal del Área de Producción Gráfica.

Para su realización, se utilizó una plantilla gratuita denominada “Hueman” de la plataforma Wordpress, un sistema de gestión de contenidos que permite crear un blog u otro tipo de web, lleva más de 10 años de funcionamiento y es muy utilizado por la SeViT para llevar a cabo los distintos sitios web de la facultad. La plantilla Hueman es una de las más versátiles y sencillas que posee Wordpress, se creó en el 2015 y tiene la característica de mostrar las entradas en la página de inicio en pequeños extractos con su respectiva imagen al estilo magazine. Un beneficio que trae Wordpress y esta plantilla es que puede visualizarse tanto en computadoras como en dispositivos móviles: notebooks, tablets y celulares.

Durante el período activo de Punto Perio –entre octubre de 2014 y abril de 2015–, se publicaron 35 producciones divididas en distintas categorías:



crónicas, notas de audio, notas de video y artículos. Luego de la última publicación, la página siguió estando online aunque sin ninguna actualización y con algunos inconvenientes en la lectura de las entradas. Por ejemplo, en los últimos meses del 2017 se pudo observar que desapareció la barra superior con el nombre del sitio, además de otros problemas al entrar a una producción en particular. **(ver Anexo A)**

Como se mencionó anteriormente, la página principal tenía una barra superior que clasificaba en categorías, según el tipo de producción que se publicaba. Como novedad de la plantilla Hueman, la parte central contenía un slider para mostrar las últimas publicaciones de forma llamativa y, debajo, más trabajos realizados (ordenados también cronológicamente) con un título, una imagen y una bajada que incluía más información sobre el tema.

El estilo que se le aplicó al portal web hizo que se modificara mínimamente alguno de los aspectos que traía originalmente la plantilla, como el color de las barras laterales y de los títulos, al que se le aplicó el azul y distintos tonos de blanco por ser los colores distintivos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. También se modificó el tipo de fuente, pero se dejaron las dos barras laterales que vienen con Hueman.

Estas dos barras laterales contenían, en el margen izquierdo, los botones de las redes sociales de Punto Perio (Facebook, Twitter y Youtube) y, debajo, las entradas recientes publicadas en forma de lista. En el lateral derecho ofrecía un buscador para rastrear una producción puntual, un botón con las distintas categorías y, finalmente, una nube de etiquetas que mostraba las palabras más utilizadas dentro de las publicaciones, entre las que se destacaban: deportes, música, desaparecidos y dictadura.

Otra característica es que, por decisión de los realizadores del sitio, no se podían publicar comentarios, pero sí se podía compartir la producción a través de un *plugin* que acompañaba al texto de la publicación en los que aparecían los logos de las redes sociales.

Además, debajo de cada nota, se visualizaban otras producciones de las mismas categorías en la que la publicación era etiquetada, haciendo de enganche al usuario.

En Punto Perio solo había un administrador con el permiso de publicar las producciones que eran enviadas por los docentes de cada comisión. A través de





un usuario y una contraseña, accedía a visualizar todas las entradas, así como también al diseño de la página y a su edición. Esto se puede realizar o no, dependiendo del rol designado, ya que el gestor permite elegir entre administrador, editor, autor, colaborador y suscriptor.

Tanto los *plugins*, los usuarios, el tema, el escritorio, la moderación de comentarios, las categorías, las etiquetas, las entradas y los archivos utilizados eran trabajados por un mismo administrador. Esto hizo que la carga de la producción demorara más tiempo de lo deseado, echando a perder, en algunos casos, el factor actualidad y descartando la publicación del trabajo.

Uno de los servicios para difundir las producciones que se publicaron en Punto Perio fueron las redes sociales. Se mencionó que al margen de todas las publicaciones aparecía un *widget* que acompañaba al texto en todo momento y tenía la función de compartir la publicación en cualquiera de estas tres redes sociales: Facebook, Twitter y Google+. Además, en el margen superior izquierdo, dentro de una barra, se encontraban las cuentas oficiales de Punto Perio con sus respectivos logotipos.

Punto Perio cuenta con 345 personas que le dieron “me gusta” en su página oficial de Facebook –hasta julio de 2018– (<https://www.facebook.com/PuntoPerio-386144948209332/>). Si bien en un principio se compartían las publicaciones, durante el 2015 se utilizó la *fanpage* para promocionar otros sitios del ámbito universitario. Rastreando en el muro, no se observan demasiadas interacciones con los usuarios.

En Twitter, (<https://twitter.com/PuntoPerio>) tiene 28 seguidores –hasta julio 2018–. La cuenta estuvo muy poco tiempo activa, ya que se visualizan solo dos tweets y ninguna interacción marcada.

Finalmente, la cuenta de Youtube que aparece enlazada en la página es compartida con la del Área Audiovisual (<https://www.youtube.com/user/areaaudiovisual/videos>) y no vincula la propia que el portal web posee en esta red social.

---

## MODELO DE EVALUACIÓN

Para realizar un correcto análisis y evaluación del sitio web Punto Perio se decidió utilizar el modelo de evaluación esgrimido por Corda y Viñas, quienes





utilizaron una serie de criterios básicos para confeccionar una matriz de información para el estudio y la observación de páginas webs, específicamente de bibliotecas universitarias, pero que también puede aplicarse a todo tipo de sitios y así poder identificar sus errores y aciertos.

Realizado este análisis sobre la versión original de Punto Perio (**ver Anexo B**), se pudieron sacar algunas conclusiones:

### **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

- El sitio web Punto Perio cumple con una URL vinculada con el espacio académico al que pertenece y responde al objetivo principal de la web: un lugar de expresión para los estudiantes de la Facultad de Periodismo.
- Posee una buena y agradable estructura y el tiempo de espera para la descarga de la información es rápida aunque se descubren algunos problemas en la visualización de las entradas.
- La capacidad y probabilidad para ser encontrada por los buscadores es buena y el buscador dentro del portal también es efectivo.
- La web puede ser desplegada fácilmente a través de los distintos navegadores (Chrome, Internet Explorer, Firefox) por la versatilidad que posee Wordpress. Sin embargo, dentro de las distintas entradas, la visualización de los textos se dificulta debido a su incorrecta configuración dentro del gestor.
- Aparecen las distintas fechas de publicación de las producciones, aunque, como se mencionó anteriormente, estas habían sido realizadas en un tiempo anterior.
- Sin una actualización constante, el logo de Punto Perio desapareció de la página principal y no hay algún enlace o contacto para comunicarse con un *webmaster*. Tiene solo una pequeña pestaña que habla sobre el objetivo de la plataforma web.
- Posee buena portabilidad, ya que puede ser visualizado en computadoras, tablets y celulares; por lo que Wordpress parece el gestor correcto para Punto Perio. La plantilla Hueman cumple con las expectativas de estilo magazine que se necesita para este tipo de sitios por la facilidad de uso del sistema y buen criterio ergonómico.



### **CREDIBILIDAD Y SOLVENCIA**

- No posee ningún tipo de autoría en representación del sitio web, más allá de las publicaciones de los alumnos.
- No tiene ningún marco legal sobre propiedad intelectual ni normativas de documentos en línea. No hay ninguna política de publicación, privacidad ni confidencialidad; tampoco límites de responsabilidad.
- Los contenidos están cuidados, con buena ortografía, citas correctas, información ordenada y encabezados acordes.

### **INFORMACIÓN SOBRE LA INSTITUCIÓN**

- Falta información sobre el proyecto en general: nombres, personal, misión, organigrama, localización, guía o manual de la institución.
- Solo hay información de las redes sociales, las cuales tienen poco uso.

### **PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

- La visibilidad de la información es relativamente buena, ya que a través de distintas herramientas posibilita la reproducción de las publicaciones añadidas recientemente. La dificultad se encuentra en que las publicaciones más antiguas quedan relegadas y se acceden solo con la búsqueda específica de una publicación.
- Posee buenas imágenes, cuadros y gráficos que atraen la atención de los usuarios y contiene la cantidad necesaria de información.
- El menú con las distintas pestañas posibilita la búsqueda de publicaciones dependiendo la categoría a la que se quiere acceder.
- El tamaño de las fuentes es correcto, ya que no son muy diminutas ni demasiado grandes. El título de cada entrada se destaca por su tamaño para diferenciarlo con el cuerpo de la nota. El portal tiene colores monotemáticos que ayudan a definir la identidad del sitio.
- La opción de etiquetas es un buen método para la recuperación de una producción.

### **RECURSOS Y SERVICIOS**

- No posee ningún tipo de servicios como referencias, ni presencia de links o enlaces a otros recursos de interés de la facultad, tampoco para la



formación de usuarios (porque no los tiene), no presenta base de datos, ni proyectos planeados a futuro.

---

### **INTERACCIÓN CON EL USUARIO**

- No hay ni hubo interacción con el usuario más que la poca difusión de las redes sociales. No ofrece ningún tipo de servicio interactivo como comentarios, chat, formulario de contacto, servicios por mail ni tampoco una sección de novedades para una comunicación fluida con el lector.

---

### **ENCUESTAS**

A partir de la elaboración de este modelo, se decidió realizar dos encuestas como otro método cuantitativo para complementar el análisis y el diagnóstico de Punto Perio (**ver Anexo C**).

La primera encuesta fue realizada a alumnos que formaron parte del proyecto a partir de que sus producciones fueron publicadas en el mismo. La encuesta se basó en la evaluación del sitio, según su contenido, diseño, difusión y el tipo de experiencia que los estudiantes tuvieron con Punto Perio. Además, abrió la posibilidad de proponer mejoras en dichos aspectos, dio a conocer la situación actual de no actualización del portal web y planteó su potencial relanzamiento para conocer la reacción de los ex participantes ante la propuesta.

La encuesta fue llevada a cabo de manera virtual a partir de la herramienta Formulario de Google y enviada por mensaje privado de Facebook a los estudiantes autores de las producciones difundidas en el sitio web. Debido a las limitaciones de la mensajería de dicha red social y a que varios de los participantes ya son graduados de la carrera, no fue posible contactar a todos; hubo 12 respuestas.

El total de los sujetos encuestados no conocía Punto Perio antes de que se publicaran sus producciones en el portal y desconocía que el mismo había dejado de funcionar. Todos coincidieron en que les gustaría que el proyecto fuera relanzado.

En cuanto al aporte a la trayectoria de los estudiantes, el 50% de los encuestados respondieron que Punto Perio daba “difusión y visibilidad”, un

16,7% lo tomó como “experiencia” pre profesional y otro 16,7% como un “espacio de libre expresión”.

En la evaluación del sitio web, el 58,3% de los encuestados consideró que su contenido era “bueno” y el 41,7% “muy bueno”. En relación al diseño, el 50% de los estudiantes lo calificó como “regular”, el 41,7% como “bueno” y el 16,7% como “muy bueno”.

En relación a la difusión de Punto Perio y su contenido, el 41,7% de los encuestados consideró que la misma era “mala”, el 33,3% la evaluó como “regular” y el 25% como “buena”.

La mayoría de los encuestados manifestaron sensaciones positivas frente a la publicación de sus producciones en Punto Perio. En dos casos se aclaró que no tenían conocimiento de que sus trabajos habían sido publicados y les hubiera gustado saberlo.

La segunda encuesta también se realizó a través de un formulario de Google, pero se difundió por el grupo de Facebook “Periodismo y Comunicación Social”, para que cualquier estudiante miembro pueda completarla. De esta manera, esta encuesta contó con una mayor participación; 95 respuestas.

Se intentó relevar el interés de los estudiantes sobre la publicación de sus producciones en el marco de las distintas materias de la carrera y los espacios con los que cuentan para hacerlo. Se planteó la posibilidad de un espacio institucional en común para dicho fin y se consultó sobre el conocimiento de Punto Perio.

Al ser una encuesta para cualquier alumno o ex-alumno de la Licenciatura en Comunicación Social, las edades de los encuestados fueron muy variadas, así como la situación de los estudiantes en la carrera.

Cuando se consultó sobre la disponibilidad de espacios web para publicar producciones propias, el 80% respondió que no contaba con ninguna, mientras que el 20% sí las tenía. Entre estos espacios se destacaron redes sociales (5), blogs personales (5) y académicos (2), medios periodísticos (3) y revistas científicas (3).

En relación a las redes sociales donde los estudiantes publican sus producciones, el 44,57% expresó que las comparte en Facebook, el 8,70% en Instagram, el 7,61% en Twitter, el 4,35% en Youtube y el resto en blogs de Wordpress (4,25%) y Tumblr (1,09%).



En relación a los lenguajes periodísticos de preferencia o consumidos por los consultados, el 46,32% se inclinó por las producciones gráficas, el 24,21% eligió transmedia, el 20% audiovisuales y el 9,47% radiofónicas.

El 90,5% de los encuestados manifestó el deseo de que exista un espacio institucional desde la FPyCS para la publicación de producciones propias en el marco de la carrera. Solo el 9,5% de los encuestados conocían Punto Perio. (**ver Anexo D**).

---

## ENTREVISTAS

A partir de los resultados de las encuestas, se realizaron distintas entrevistas a algunos docentes de las materias elegidas del Plan 2014 para conocer su visión sobre el uso de las tecnologías de comunicación y la propuesta del relanzamiento del portal Punto Perio (**ver Anexo E**). María Elisa Ghea, docente del Taller de análisis de la información; Rossana Viñas, profesora adjunta de Taller de lectura y escritura I; Marina Arias, profesora titular del Laboratorio creativo de escritura I y directora del LITIN y Diego Díaz, profesor titular de la cátedra del Taller integral de lenguajes y narrativas, sumaron sus testimonios a la investigación.

Los cuatro coinciden en que la vinculación de los trabajos producidos en clase y las nuevas tecnologías es una parte fundamental para las asignaturas del nuevo plan. “Nos estamos adaptando a la era digital. Nosotros somos analógicos, pero ustedes son digitales, y los tiempos son digitales”, menciona Ghea al respecto y Viñas agrega que “hoy es sumamente necesario el trabajo interdisciplinario”, con respecto a la retroalimentación que deben tener con las tecnologías de comunicación. Díaz, además, comenta que los alumnos son ahora de una nueva generación en la que “la formación de contenidos multimedia forma parte de su vida cotidiana, donde incluso piensan sus propias estrategias de comunicación”.

Igualmente, el período de adecuación continúa y el terreno no está del todo allanado. “Nosotros en la materia tenemos un mail, pero que en general lo usamos para enviarles el cronograma y un link a un Dropbox donde hay varios textos digitalizados, pero yo soy una defensora bastante acérrima de la comunicación cara a cara”, explica Arias.



Otro punto de encuentro entre los cuatro entrevistados es que no encuentran un espacio en común con otras materias para poder difundir los trabajos de los alumnos. “Las producciones hasta ahora no se han difundido. Ha habido alguna experiencia aislada, puntualmente hubo un estudiante que era un señor grande que escribió un relato muy bueno sobre el 55 y yo encontré el modo de que se publicara en Contexto (diario online de la FPyCS), pero no está sistematizado”, continúa relatando Arias, aunque en el caso de Viñas reconoce que trabajan junto con la SeViT para la publicación en Revista Letras. Díaz admite que, si bien alientan a los estudiantes a publicar los trabajos en sus redes personales, aún no han podido unificarlos. “Nuestra idea es crear un espacio donde mires un mapa de La Plata y puedas identificar distintas historias, pero hay que tener posibilidades técnicas para armarlo”, comenta.

Finalmente, los testimonios dan cuenta de un apoyo y aprobación rotunda a la realización del relanzamiento del portal. “Me parece que todo lo que sea publicación es super bienvenido y hay muchas producciones valiosas dentro de la facultad (...) Tiene que haber espacios de publicación de los estudiantes, es muy importante. Te sirve como currículum, no es lo mismo cuando te postulas habiendo publicado, que llegar solamente con el título universitario” dice Viñas, entusiasmada.

Por su parte, Marina Arias dice: “nunca habíamos encontrado el espacio y la coordinación como para hacerlo, pero a mí me encantaría (...) Si pudiéramos hacer que los relatos salieran en una página o algo así de la facu, sería maravilloso”. En el mismo sentido, Elisa Ghea agrega una sugerencia: “si es un espacio de estudiantes para estudiantes, tiene que ser un espacio en el que los alumnos puedan sentirse no observados, respetando las pautas de estilo que todo sitio tiene, quizás con algunas condiciones que pueden escribir como hay en el Facebook”.

---

## **MATRIZ FODA**

Luego de haber realizado el modelo, las encuestas y culminando las entrevistas, se procedió a confeccionar la matriz FODA para estudiar en concreto las características internas: fortalezas y debilidades, y las del entorno: oportunidades y amenazas.



# FOODA

## Fortalezas

- \* Nombre atractivo.
- \* Buena arquitectura del sitio.
- \* Interés de alumnos en formar parte del proyecto.
- \* SeViT y Facultad con predisposición a cambios del sitio.
- \* Buen aprovechamiento del gestor de contenidos.

## Debilidades

- \* Mala difusión del proyecto.
- \* Poca vinculación con los usuarios.
- \* Falta de planificación y periodicidad del contenido publicado.
- \* Mala estrategia de comunicación en redes sociales.
- \* Falta de mantenimiento web

## Oportunidades

- \* Pocos canales institucionales de publicación para producciones de estudiantes.
- \* Escasos espacios para profesionales de la comunicación.
- \* Auge de redes sociales para difusión.
- \* Jóvenes inmersos en el mundo digital y web 2.0.

## Amenazas

- \* Dificultad en la organización entre SeViT y autores del rediseño por falta de tiempo.
- \* Escasa formación desde la Facultad en relación al uso de tecnologías de la comunicación.



## CONCLUSIONES Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Teniendo en cuenta el proceso de diagnóstico abordado anteriormente y tras haber advertido el funcionamiento del sitio, sus características y particularidades, se desplegó una lista de acciones a desarrollar en el proceso de producción, que es el siguiente paso de este proyecto.

1. Planteo de nuevas pautas de funcionamiento del sitio: se reformularán algunas reglas (requisitos, accesos, manual de estilo, instrucciones, etc), secciones y nuevas formas de narración.
2. Elaboración de una propuesta de rediseño de Punto Perio: se confeccionará un esquema de pantalla, comúnmente conocido como *wireframe*, como guía visual que representa el esqueleto del sitio que





incluya las mejoras pertinentes, teniendo en cuenta el gestor de contenidos y su plantilla original.

3. Formulación de estrategias de comunicación online y offline: se planificará una campaña de difusión del proyecto a través de distintos productos comunicacionales y se definirá el modo de divulgación del portal y sus publicaciones.
4. Implementación de Punto Perio: se trabajará en conjunto con la SeViT para la puesta en marcha de la plataforma web.



## CAPITULO 4: LA PLANIFICACION DE LAS PROPUESTAS

### NUEVA ESTRUCTURA

Realizado el diagnóstico y planteadas las líneas de acción, se comenzaron a planificar las propuestas para la presentación de la nueva versión de Punto Perio.

Para la nueva estructura se diseñó un *wireframe*, un esqueleto que representa, en términos generales, cómo quedaría la página principal del portal con las modificaciones aplicadas por el equipo de sistemas de la SeViT. Este boceto se realizó a través de la herramienta web Infogram que permite el manejo de gráficos de forma sencilla (**ver Anexo F**).

Una de las novedades más importantes fue el nuevo logo de Punto Perio que el equipo de diseño de la SeViT creó para el *header* de la web, con el objetivo de renovar la identidad del sitio, aunque se respetaron los colores originales.

La parte superior del portal sufrió varios cambios. Primero, se decidió dividir el menú en dos barras. La primera, arriba del logo, conservó el *Inicio* para volver a la página principal y la sección *Nosotros*, que describe el proyecto, su objetivo y los miembros del equipo que lo llevan a cabo. Además, se incluyó la sección *Cómo publicar* en la que se despliegan dos pestañas: *Instrucciones*, donde se explica, en formato de video tutorial y de texto, el paso a paso para subir las producciones; y *Pautas generales*, que detalla algunas condiciones para poder publicar en el portal, como un principio de manual de estilo.

En el extremo izquierdo de la barra se incluyeron las categorías *Login* y *Registro* para iniciar sesión y registrarse, lo que pretende facilitar el acceso de los usuarios a Punto Perio para la publicación de sus producciones. Además, se agregó un buscador para encontrar alguna entrada en particular.

La barra que se añadió debajo del logo fue pensada para una mejor clasificación de las producciones publicadas. Para promover la narración transmedia se dejó de lado la división por lenguajes que regía anteriormente y se propusieron las siguientes categorías: *Análisis y Opinión*, *Crónicas*, *Entrevistas*, *Ficciones* y *Noticias*.

Además, se creó la sección *Especiales*, planificada para que los alumnos de las materias que no forman parte del segmento seleccionado para el TIF



puedan publicar sus materiales sobre alguna temática determinada que se irá proponiendo mes a mes desde el portal.

La parte central del sitio continúa teniendo el *slider* con las últimas cinco entradas subidas en la web y, debajo, otras diez entradas recientes.

Se mantuvieron las dos columnas laterales de la plantilla original, pero se modificó el contenido de las mismas. En la de la izquierda se mantuvo la barra de color con los logos y enlaces a las redes sociales de Punto Perio. Debajo se agregó un banner en el que se destaca la sección *Especiales*, que se irá renovando mes a mes, y más abajo, un *widget* con las entradas más vistas.

En el margen derecho, la barra de color ahora contiene una dirección de correo de contacto. Debajo se sumó un video tutorial para la publicación de entradas, con el objetivo de que quede al alcance de los usuarios sin que tengan que entrar a la pestaña de las instrucciones. También hay un *widget* con una nube de etiquetas con los temas y categorías más mencionadas, similar a la que se encontraba antes en la web, seguido de una lista con otros links de interés relacionados con la comunidad universitaria, que puede ser renovada periódicamente.

En el margen inferior o *footer* del sitio se agregó otro menú que contiene las licencias de contenido para evitar las copias y, nuevamente, el link con las redes sociales, además de un botón para deslizarse hacia arriba automáticamente.

La versión móvil del nuevo Punto Perio mantiene este esquema, aunque sufre algunas modificaciones por defecto: no ofrece la barra de categorías y, en tablets, las columnas laterales aparecen en modo desplegable, mientras que en celulares aparecen debajo de las publicaciones.

## **REQUISITOS E INSTRUCCIONES**

También se elaboró una lista que explica los requisitos mínimos para poder publicar en el sitio:

- Ser alumno regular de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, perteneciente a la Universidad Nacional de La Plata.
- Tener conocimientos básicos sobre redacción y edición en la web.



- Publicar producciones relacionadas con las temáticas y los ejes que se abordan a lo largo de la carrera en la Facultad.
- Escribir artículos originales y propios que no hayan sido publicado en otros sitios de Internet.

Estos requisitos que pueden resultar básicos, son indispensables para el correcto funcionamiento de la plataforma y estarán disponibles para que cualquier usuario pueda visualizarlos en caso de querer publicar en Punto Perio.

Luego de esta enumeración, se procedió a confeccionar una lista con las instrucciones técnicas para el armado de las entradas del portal. Para esto, se tomó en cuenta la guía compuesta por el sitio web El Uno, de Periodismo Deportivo, ya que trabaja con el mismo gestor de contenidos (Wordpress) y utiliza el mismo método para publicar las producciones de los estudiantes (**ver Anexo G**). Además, se grabó un video a modo de tutorial para darle mayor dinamismo y simplicidad a los pasos a seguir para publicar.

### ***PRIMERAS PAUTAS PARA UN MANUAL DE ESTILO***

El manual de estilo es una guía orientadora que contiene reglas y pautas generales para que los alumnos registrados apliquen en sus producciones, y que tienen como fin unificar y armonizar criterios para la facilitación de la experiencia en el usuario.

Según la editora técnica Judith Tarutz, el manual de estilo tiene tres funciones primordiales:

- Señalar cuál es el estilo preferido cuando hay más de un criterio correcto.
- Normar estilos y dictar lineamientos para tópicos muy técnicos.
- Excepciones a las reglas generales con el fin de adaptar el manual a las necesidades particulares<sup>8</sup>.

Si bien se entiende que Punto Perio trata de abarcar narrativas integrales que pueden llevar a contar historias en distintos lenguajes y formatos, un manual de estilo termina de darle una identidad y facilita el despeje de dudas técnicas generales, además de establecer preferencias de una determinada norma o concepto.

<sup>8</sup> Murillo Jaqueline (22/05/2010), ¿Qué es un manual de estilo editorial? NISABA.  
<http://blognisaba.blogspot.com/2010/05/que-es-un-manual-de-estilo-editorial.html>

Sin embargo, solo se establecerán las primeras pautas para un futuro manual de estilo, entendiendo que la elaboración completa del mismo comprometería la elaboración de otro TIF. Estas pautas iniciales estarán disponibles en el sitio para poder consultarlas cuando se lo desee **(Ver Anexo H)**.

### **NOSOTROS**

Se decidió mantener la sección *Nosotros* y modificar su contenido porque resulta de suma importancia que los usuarios sepan y conozcan al equipo al que confiarán sus producciones y el objetivo general que el portal web lleva consigo. **(Ver Anexo I)**

## **FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Se llegó a la conclusión de que una de las mayores falencias del Punto Perio original fue la falta de difusión interna del proyecto: la mayoría de los estudiantes consultados lo desconocían e incluso algunos no estaban enterados de que sus producciones habían sido publicadas en el sitio. Por lo tanto, se cree que una estrategia de comunicación adecuada puede ser la clave del éxito para esta nueva versión del proyecto. Una estrategia de comunicación “prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación”<sup>9</sup>.

En primera instancia, se necesita una estrategia de difusión clara y efectiva, en especial, hacia adentro de la institución académica para que la comunidad universitaria se apropie del proyecto y este pueda empezar a funcionar dinámicamente. En una instancia posterior, una vez logrado el reconocimiento del sitio entre profesores y estudiantes, podrá llevarse a cabo la difusión externa, con la intención de que los materiales publicados puedan trascender la FPyCS.

<sup>9</sup> Monerris Antonio (15/11/2006). *Estrategia de comunicación. Conceptos estratégicos clave en menos de 100 palabras*. <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com.es/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>



La estrategia de comunicación interna articulará lo online y lo offline con un mismo objetivo: que la FPyCS conozca el nuevo Punto Perio y se interese en el proyecto. Los destinatarios de esta primera estrategia de comunicación serán los alumnos de la Licenciatura en Comunicación Social, a quienes se les tratará de comunicar qué es Punto Perio y por qué deberían confiar en el sitio para publicar sus producciones. Esto estará organizado a través de un calendario de planificación de estrategias que será actualizado cada mes (**ver anexo J**).

### ***ESTRATEGIA OFFLINE***

En primera instancia, la estrategia offline se centrará en establecer relaciones estratégicas con distintos actores del espacio académico. Allí se intentará hablar con las autoridades académicas para dar a conocer el proyecto. Posteriormente, se dialogará con los profesores de las materias de la Licenciatura del nuevo plan, que, a su vez, servirán como canales de comunicación para que Punto Perio llegue a los alumnos. Asimismo, se conversará con el centro de estudiantes y las distintas agrupaciones políticas de la Facultad para que conozcan el sitio y, si están de acuerdo, utilicen sus canales de comunicación que tienen una importante llegada a los estudiantes, para difundirlo.

Todo esto irá acompañado por carteles y calcos que se repartirán a los alumnos de la Facultad con el logo y la estética del nuevo Punto Perio. Esto también acompañará la nueva imagen del portal web y ayudará para su promoción.

### ***ESTRATEGIA ONLINE***

A través de las distintas encuestas y entrevistas que se analizaron a lo largo de este TIF, se pudo observar que el público que identificamos como principal destinatario se desenvuelve, principalmente, a través de las redes sociales; por lo tanto, allí se pondrá el foco para la difusión del proyecto. Se realizará un calendario editorial para organizar las principales publicaciones en cada una de las redes elegidas para formar parte de la difusión del proyecto, de forma ordenada y concisa para una mayor calidad en la comunicación.

- Facebook es uno de los principales sitios creados para generar el diálogo con seguidores y la divulgación de información constante. La plataforma lanzada



en 2004 por Mark Zuckerberg cuenta con 2000 millones de usuarios activos en todo el mundo y es utilizada tanto por usuarios como por empresas, instituciones y organizaciones para ofrecer servicios.

Existen distintas formas de presentación en el sitio –perfiles, grupos y páginas– para poder llegar al otro usuario, pero el proyecto se centrará en las páginas o también denominadas *fanpages* para promocionar el nuevo Punto Perio. Es una herramienta que ofrece visibilidad instantánea, no se necesita la aprobación para el seguimiento, posee estadísticas para la medición de audiencia y tienen mejor posicionamiento (SEO) en los motores de búsqueda, además de los mensajes que se pueden enviar y recibir.

Otra de las características que ofrece la *fanpage* que lo distingue de otras presentaciones es que permite fijar el contenido más relevante al comienzo, además de administrar las páginas desde diferentes perfiles y con distintos cargos y miembros. Se deberá utilizar la cuenta oficial para publicar el contenido de difusión del sitio y las producciones que se irán realizando, tanto en el inicio de la *fanpage* como en otros espacios de circulación de información para estudiantes, como el grupo de alumnos de Periodismo y Comunicación Social UNLP que cuenta con casi 9000 miembros y en el grupo de ingreso que realiza todos los años la Agrupación Rodolfo Walsh, con quien se intentará dialogar anteriormente para dar a conocer el proyecto. Además, se evaluará la posibilidad de hacer una campaña de promoción paga con *Facebook Ads* para lograr una mayor penetración.

- Twitter es otra red social muy utilizada en los últimos tiempos por distintos medios, organizaciones e instituciones para difundir las producciones de sus sitios. Creada en 2006 por Jack Dorsey, se convirtió en un conector de tiempo real único, reflejo de contextos y que obtiene un muestreo online de tendencias mundiales.

Mussis (2016) resume en pocos ítems lo que esta plataforma ofrece en líneas generales: un flujo de información constante con las noticias más comentadas y las que pueden repercutir; una excelente herramienta de autopromoción a través de mensajes simples con no más de 280 caracteres; incita al diálogo en todo momento y permite conocer al público.



Aquí se intentará realizar una promoción a través del seguimiento de cuentas de alumnos para tratar de lograr un feedback con el usuario, además de publicar tweets programados a través del plan gratuito de PostCron con contenido del sitio. Se buscará utilizar algunos de los hashtags con los temas más mencionados en la red social para captar nuevos seguidores. También se utilizará el hashtag #ConocéPuntoPerio y #PublicáTuHistoria para promocionar el proyecto y ver contenido relacionado al sitio.

- Youtube es otro sitio web creado en el 2005 para subir y compartir videos. A través de esta plataforma se puede subir y visualizar contenido exclusivo mediante la creación de un canal propio, donde además se puede promocionar material y recibir comentarios y críticas hacia el mismo. Esta red forma parte esencial del proyecto Punto Perio porque, desde su inicio, todos los materiales audiovisuales fueron subidos a la plataforma para luego ser enlazados en las entradas del sitio.

En la cuenta oficial de Youtube, se hará un video corto de presentación de Punto Perio para el comienzo de la difusión del sitio, que podrá ser insertado de forma práctica en otras redes sociales.

- Instagram es una de las redes sociales con más crecimiento en los últimos años. Si bien el lanzamiento fue en el 2010, se dio un verdadero “boom” con esta plataforma tiempo después, especialmente en la franja de los jóvenes (el 90% de los usuarios tiene menos de 35 años). Esta aplicación ofrece subir fotos y videos cortos con el plus de que pueden ser editados para su mejora a través de distintos efectos y filtros.

A través de las actualizaciones y modificaciones que recibió y sigue recibiendo con el paso del tiempo, las organizaciones e instituciones pueden sacarle bastante provecho a esta red que se perfila como la plataforma de más auge en el 2018: “Instagram ya no es sólo la plataforma para compartir imágenes que inventó en su día Kevin Systroms en Standford, sino que se ha convertido en un cúmulo de información, de *networking*, de aumentar y ampliar el círculo de contactos o de mostrar una forma muy particular de comunicar las virtudes de la

marca”<sup>10</sup>, comentan los especialistas en redes. En principio, se tratará de posicionar el nombre y el logo del proyecto para que sea reconocido por los estudiantes de la FPyCS a través de contenidos adecuados para esta red social. Una vez instalado el sitio, se publicarán fotos con impacto visual, el título de la nota, su autor y el enlace a la entrada del sitio. Además, se seguirá a los alumnos y se etiquetará a los autores para generar interacción con los mismos. También se promocionarán el portal y las publicaciones a través de la función “Instagram Stories” de forma rápida y dinámica, y se utilizarán los hashtags en las publicaciones para atraer más usuarios.

Las estrategias y los contenidos producidos para difundir el proyecto serán planificados y coordinados por los autores del TIF, con el apoyo de profesionales y técnicos: gestores de la comunicación digital, diseñadores en comunicación visual y técnicos informáticos.

Es importante tener en claro qué se quiere comunicar y saber expresarlo para que el trabajo en equipo sea más dinámico y efectivo.

A través de flyers, gifs, videos cortos y presentaciones animadas, se tratará de reproducir Punto Perio como un espacio:

- actual, dinámico
- que reconoce la formación continua de los estudiantes
- que se utilice para potenciar las producciones de los alumnos
- accesible, fácil de utilizar
- de práctica coordinada
- de difusión propia, experiencia
- que asume la lógica transmedia del plan 2014
- que está en continua relación con las redes sociales.

---

<sup>10</sup> Carlos Miñana (15/09/2016) 12 usos de Instagram para empresas. *Publicidad en la Nube*. <https://www.publicidadenlanube.es/10-usos-de-instagram-para-empresas/>



## CAPITULO 5: LA EXCURSION A PUNTO PERIO

En este apartado daremos cuenta del camino recorrido para llevar adelante este proyecto: las decisiones tomadas, las ideas que surgieron, algunas dificultades que sorteamos y las conclusiones finales a las que arribamos con este Trabajo Integrador Final.

### EL RECORRIDO

Las últimas materias de la carrera tuvieron una presión extra: tener en claro que después de aprobarlas lo único que quedaba para recibirnos oficialmente de comunicadores sociales era hacer el Trabajo Integrador Final. Estábamos seguros de que no queríamos pasar por esta experiencia solos, así que planeamos hacerla juntos, teniendo en cuenta que recorrimos esta facultad a la par desde el 2013.

Nos anotamos en el Seminario de Tesis con la esperanza de que dentro de la cursada nos surgiera un tema interesante para realizar el TIF y terminar la materia con el plan listo para presentar. Entre una serie de temáticas que no nos convencían, revisamos nuestra trayectoria como estudiantes de la carrera para ver si algún trabajo o experiencia nos inspiraba para iniciar este proceso. Cada uno pensó en lo que consideraba que habían sido sus mejores proyectos producidos durante el lapso académico, pero sin llegar a ponernos de acuerdo, notamos algo que todos estos trabajos tenían en común: ninguno había trascendido el espacio áulico en el que había sido desarrollado.

Cuando lo consultamos con nuestros compañeros más cercanos, vimos que no éramos los únicos que pensábamos que nos hubiera gustado tener un espacio, más allá del perfil personal de Facebook y un canal de Youtube, para difundir nuestros mejores trabajos, o incluso para presentarle a entrevistados o especialistas consultados el producto final de manera formal.

Si nosotros reconocíamos esta falta, quizás, otros estudiantes también y, si era así, podríamos pensar un proyecto que intentara resolverla. Así surgió la idea de crear un sitio web para que los estudiantes tuvieran la posibilidad de publicar las producciones realizadas durante la carrera. Motivados, barajamos



los primeros nombres: “Diagonal 113, un camino al periodismo”, fue uno de los posibles elegidos para el nuevo sitio.

Uno de nosotros, en el segundo año del ciclo básico, había tenido una experiencia de publicación de una producción audiovisual en Punto Perio. Sin embargo, en su momento, la publicación no había tenido mucha repercusión y el sitio no era conocido por muchos de los estudiantes. Cuando consultamos la web, notamos que no tenía actividad desde 2015 y que no había tenido actualizaciones porque algunas de sus funciones no se visualizaban correctamente. Como queríamos hacer algo similar, pensamos tener a Punto Perio como referencia, pero no se nos ocurrió trabajar sobre él, ya que era algo institucional a lo que no creíamos tener acceso.

Con una idea armada, le presentamos al proyecto a Mario Migliorati, profesor del Seminario de Tesis, quien aprobó la idea y nos recomendó hablar con Martín González Frígoli, director de este TIF, porque él se ocupaba de “todo lo relacionado con tecnologías en la facultad”. Cuando lo googleamos, González Frígoli resultó ser el director de la Secretaría de Vinculación Tecnológica de la FPyCS, responsable de propiciar la generación de espacios de formación, intercambio e investigación vinculados al campo de la comunicación y TICs.

A Martín lo contactamos vía mail y al poco tiempo nos reunimos con él en la SeViT. Le presentamos el plan de TIF que habíamos realizado en el marco del seminario y empezamos a debatirlo. Como habíamos nombrado a Punto Perio como antecedente, Martín nos manifestó su entusiasmo para trabajar sobre ese proyecto. Además, nos contó que Pablo Blesa, un docente y compañero de la secretaría, era el creador del proyecto y que por los tiempos laborales y otras dificultades no había podido continuarlo. Semanas después nos reunimos con los dos, ya con la idea de readecuar y relanzar Punto Perio. En esa primera charla dentro de la SeViT pudimos resolver algunas de nuestras inquietudes y dudas sobre el sitio y su funcionamiento. Nosotros planteamos que queríamos algo distinto de lo que ofrecía el proyecto original, un lugar donde el usuario-alumno tenga un rol activo.

Como primera medida y para tener un enfoque claro, Martín y Pablo nos recomendaron acotar el número de materias cuyas producciones entrarían en la primera etapa de este nuevo Punto Perio, ya que involucrar a toda la licenciatura –que era lo que teníamos en mente– sería inabarcable para un TIF.



En ese momento se nos ocurrió que podíamos vincular el proyecto con el nuevo Plan de Estudio 2014 de la Licenciatura, que piensa a las tecnologías en comunicación como una pieza clave para entender el contexto en que estamos inmersos. Para esto, tuvimos una extensa charla con Federico Rodrigo, Prosecretario de Asuntos Académicos, quien nos recibió en la sala del Consejo Superior para conversar acerca del nuevo plan y sus objetivos. A su vez, nosotros le presentamos nuestras intenciones para el proyecto que recién empezaba a gestarse.

Una de las cuestiones que nos llamó la atención cuando leímos el documento del plan fue “la narrativa transmedia” que este intenta implementar. Nos pareció interesante incorporar este aspecto al TIF, sin embargo, necesitábamos empaparnos más en el tema para saber cómo hacerlo. Si bien transmedia parece un término actual, incluirlo de una manera coherente al proyecto fue más complicado de lo que esperábamos. Para eso, concurrimos a una reunión entre docentes de la Tecnicatura de Comunicación Digital en la que debatían sobre este tema con la intención de redactar un documento para un congreso, al que luego tuvimos acceso. Allí se hablaba de la formación desde la integralidad de los lenguajes como una necesidad para los relatos comunicacionales y las exigencias laborales actuales. Además, se hacía hincapié en que los estudiantes entraban a la facultad sabiendo producir integralmente a partir de distintas plataformas y soportes, y que ese saber debía ser valorado para luego trabajar las cuestiones más formales y técnicas. Sin embargo, se discutía sobre la dificultad de que esta perspectiva se extendiera transversalmente en todos los espacios áulicos, ya que aún coexisten docentes y cátedras con criterios más tradicionales. Es por eso que decidimos incorporar esta lógica integral al proyecto, ya que desde un primer momento buscamos readecuar Punto Perio a las necesidades de los estudiantes.

Entendimos desde un principio que rediseñar y relanzar Punto Perio era algo ambicioso y dificultoso, sobre todo porque involucraba conocimientos que nos excedían y porque dependíamos de otros profesionales que nos ayudaran a concretarlo. Lo importante fue que nuestro objetivo principal siempre estuvo claro: queríamos abrir un nuevo espacio de práctica y difusión para los estudiantes.



Finalmente, acotamos el trabajo final a las materias del tramo I del área de Lenguajes y Tecnologías del nuevo plan, ya que al momento de hacerlo – octubre del 2017–, eran las únicas que habían sido completamente recorridas por los estudiantes durante el primer cuatrimestre de ese año.

A partir de ese momento, hicimos una recolección de datos sobre Punto Perio. Hablamos con el “Cholo” Blesa, que a partir de entonces pasó a ser co-director del TIF, acerca de la historia del sitio y su funcionamiento. En esa misma conversación nos contó sobre un proyecto similar en el que estaba trabajando: El Uno, un espacio web para los estudiantes de la Tecnicatura en Periodismo Deportivo, donde debían subir sus trabajos para que los docentes los corrigieran online y luego los publicaran.

Esas experiencias previas –Punto Perio y El Uno– nos ayudaron a decidir qué aspectos debíamos mantener o retomar y que otros necesitábamos cambiar; ¿queríamos que los docentes se involucraran directamente con el nuevo Punto Perio?, ¿los alumnos tendrían que mandarnos sus producciones y nosotros seleccionar las que nos parecieran más adecuadas?, ¿qué tipo de producciones serían las acertadas para publicarse en Punto Perio?

Para conocer más sobre las materias elegidas, pactamos entrevistas con sus titulares o adjuntos de cátedra: Elisa Ghea, con quien estuvimos charlando casi una hora en un banco de Plaza Rocha; Rosana Viñas, que nos recibió muy amablemente en la Dirección de Grado y Mariana Arias, con la que tuvimos una concisa pero efectiva charla en la terraza de la fotocopiadora. Todos tuvieron una enorme predisposición y se entusiasmaron con la idea del nuevo Punto Perio, lo que nos dio un empujón enorme para seguir adelante con el proyecto. Varios meses después de las primeras reuniones con los docentes, logramos contactarnos con Diego Díaz, titular de cátedra del Taller Integral de Lenguajes y Narrativas, a quien le interesó mucho la articulación del proyecto con su materia, ya que la publicación es uno de los momentos clave del proceso de producción de contenidos comunicacionales que proponen desde la cátedra, pero que no habían podido poner en práctica hasta el momento.

Conocida la opinión de los docentes, necesitábamos saber lo que pensaban los estudiantes. Para eso, procedimos con las encuestas por medio de Internet. Sinceramente, pensábamos que íbamos a tener muy poca repercusión, pero a las horas de haber publicado en el grupo de Periodismo y

Comunicación Social en Facebook recibimos más de ochenta respuestas en la encuesta general. La que nos dio más dificultad fue la que ideamos para los ex participantes de Punto Perio, que a pesar de que les hablamos por privado a través de mensajes directos de Facebook, muchos no la miraron y otros no tenían la más mínima noción de que se trataba el sitio y prefirieron no responder. Debemos reconocer que los resultados de las encuestas dieron como esperábamos: los estudiantes expresaron la falta de un lugar propio para poder difundir sus producciones académicas.

Las características del proyecto requirieron que integráramos muchos aspectos de la planificación comunicacional, por lo que, como estudiantes de periodismo, tuvimos que acudir a material de lectura, a estudiantes y docentes de esa orientación.

Mientras tanto, fuimos analizando la estructura anterior de Punto Perio con el “Cholo”, destacando sus aciertos y falencias. Decidimos que, si bien los nuevos objetivos del sitio eran distintos, algunas cuestiones debían mantenerse, como la plantilla y el diseño de Wordpress, lo que nos simplificó el contacto con herramientas de sistemas y programación de las que teníamos un mínimo conocimiento.

Reorganizamos la estructura de Punto Perio y determinamos su nuevo funcionamiento. En esta nueva versión, los estudiantes serán los que suban sus producciones a través de sus propios usuarios, siguiendo algunas instrucciones y pautas detalladas en un tutorial y en un principio de manual de estilo. Sin embargo, esas entradas no se publicarán de forma directa, sino que un equipo moderador revisará los trabajos a modo de editor general para luego subirlo a la red.

Una de las mayores falencias que destacamos fue la poca difusión del Punto Perio original, por lo que, era clave planificar una estrategia de comunicación efectiva para que este proyecto funcionara. Decidimos que en primera instancia, lo principal era posicionar a Punto Perio entre los estudiantes de la facultad y para lograrlo desarrollamos una estrategia online y otra offline.

Durante el último lapso de producción de este TIF, coordinamos con el equipo de la SeViT las modificaciones para ser aplicadas en el sitio. Los diseñadores hicieron el nuevo logo a partir de un boceto previo armado por nosotros y las características que conforman la identidad del sitio, planteadas en





la estrategia de comunicación. En cuanto al contenido, se cargaron las producciones que los docentes nos facilitaron –con previo aviso y autorización de los estudiantes– para una primera presentación del portal. Las publicaciones de la versión original no fueron borradas, sino que seguirán disponibles en la web.

Finalmente, el “Cholo” Blesa y los programadores terminaron de armar y poner a punto la nueva web para su presentación.

---

## REFLEXIONES FINALES

Punto Perio pretende ser un proyecto de prácticas de producción para los estudiantes, central para su formación como comunicadores sociales. Fue pensado como un espacio donde se puedan anclar las producciones de los estudiantes, realizadas en el marco de la licenciatura, para su visualización y difusión. Lo planificamos en sintonía con el momento educativo por el que transita la FPyCS con la lógica del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social en vigencia, ya que busca ser una herramienta más de reconocimiento de la trayectoria y la permanente formación de los estudiantes en la universidad a través de la publicación de sus producciones durante la carrera. Además, lo pensamos como un incentivo de trabajo y permanencia en la facultad, y un mecanismo tanto de difusión dentro y fuera de la comunidad universitaria como de inserción en el mercado laboral.

Con Punto Perio quisimos promover la apropiación de las tecnologías de comunicación, incorporándolas como parte constitutiva del recorrido académico de los estudiantes, no como un instrumento, sino como parte del proceso de producción de sentidos propios.

Uno de los desafíos más importantes para nosotros fue asumir la responsabilidad de retomar un proyecto ya realizado, aunque eso nos obligara a entender las lógicas con las que había sido creado y a respetar ciertas cuestiones con las que se venía trabajando. Aun así, no dudamos en hacerlo porque en Punto Perio vimos materializada nuestra idea inicial y porque nos pareció pertinente utilizar esa experiencia para analizarla comunicacionalmente con el objetivo de detectar sus fortalezas y debilidades, y no repetir las cuestiones que llevaron a que el portal dejara de funcionar.



La falta de espacios para la proyección de las producciones que se hacen dentro de la facultad fue algo que nosotros pudimos evidenciar en estos cinco años de la carrera y que, en el proceso de diagnóstico de este TIF, fue confirmado por estudiantes y docentes. Por lo tanto, quisimos cerrar nuestro ciclo como estudiantes de comunicación con este aporte significativo para la facultad que nos formó personal y profesionalmente.

Si bien Punto Perio era un proyecto que proponía una alternativa interesante a esta área de vacancia, la falta de una estrategia de comunicación clara hizo que no pudiera llegar eficazmente a los estudiantes; la mayoría de ellos no conocían el sitio y algunos no estaban enterados de que sus producciones habían sido publicadas. Es decir que, aunque la plataforma estuviera bien planteada, perdió su potencial y no pudo llegar a desplegarse correctamente sin un plan de difusión pertinente. Por lo tanto, el desarrollo de este punto fue clave en este TIF y, para ello, se plantearon estrategias offline y online complementarias con el objetivo de interpelar a los estudiantes a través de los canales de comunicación más directos, reconociendo sus particularidades y adaptando el contenido a cada uno de ellos.

Por otro lado, comprendemos que la integralidad de los soportes y lenguajes está siempre presente en las narraciones de los estudiantes, cuyas subjetividades son cada vez más transmediales. Tenemos presente que los alumnos ingresan a la facultad sabiendo producir, por lo tanto, ese conocimiento debe valorarse y retomarse bajo las lógicas integrales de comunicación que la Facultad les puede impartir durante su recorrido por los distintos espacios curriculares, para que puedan imprimir esas lógicas estratégicas-comunicacionales en sus producciones.

Consideramos que la producción integral de lenguajes es una necesidad ineludible de los relatos comunicacionales actuales y un saber clave para la formación del perfil de comunicador que plantea el Plan de Estudios 2014. Por lo tanto, la aplicación de esta lógica sobre las materias del nuevo plan y la apertura de espacios extracurriculares como Punto Perio que fomentan esta perspectiva integral, buscarán contribuir en la difícil tarea de unificar criterios metodológicos, ya que aún coexisten espacios áulicos y docentes con propuestas educativas más tradicionales y perspectivas de los lenguajes más específicas y aisladas.



Por otro lado, reconocemos que sin el apoyo y la colaboración del equipo interdisciplinario de la SeViT hubiese sido imposible llevar adelante las propuestas e implementar las modificaciones del sitio. Para su duración a lo largo del tiempo, un proyecto de estas características necesitará del trabajo en conjunto de diseñadores, informáticos y comunicadores; debido a esto, pensamos en Punto Perio como una oportunidad no sólo para los estudiantes, sino también para los graduados de distintas áreas de producción o unidades de investigación, quienes podrán participar del equipo de moderadores de las publicaciones dentro del portal.

En conclusión, si bien sabemos que este trabajo integrador final tiene un cierre en función de los objetivos pautados inicialmente, comprendemos que el mismo es temporal, ya que Punto Perio requerirá un constante trabajo de evaluación y actualización permanente, tanto del sistema de funcionamiento del sitio web en sí como de las estrategias de comunicación y difusión.

## BIBLIOGRAFIA

- BECERRA P.M.Y. (2014) Los portales web como estrategia de comunicación universitaria: evaluación del portal estudiantil. Tesis de grado. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- CABELLO R, MORALES S, FEENEY S. (2009) La incorporación de medios informáticos en la enseñanza: políticas y propuestas para la formación docente. Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento y Universidad Nacional de Córdoba. Disponible en: <https://goo.gl/gAt4Ze>
- DOMÍNGUEZ, N. Y ZANDUETA, L. (2013) Reflexiones sobre métodos, técnicas y herramientas para la investigación en comunicación, en *Aportes teórico/metodológicos para la investigación en comunicación*. La Plata, EDULP. Disponible en: <https://goo.gl/2fgwr5>
- GANDINI M.L. Y TORTOLINI, M.N. (2010) Producción, diseño y edición de portales periodísticos: relanzamiento de [www.portalba.com.ar](http://www.portalba.com.ar). Tesis de grado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <https://goo.gl/5eHm3T>
- GIORDANO C., SOUZA M. S. Y VIDARTE ASOREY V. (Edit.) (2011) *Cuestiones de la sociedad de la información, sociedad de la comunicación y sociedad del conocimiento. Viejas y nuevas tecnologías*. 1a ed. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <https://goo.gl/Ft5REx>
- GONZÁLEZ FRÍGOLI, M., POIRÉ, M. J., FERNÁNDEZ, C. A., DÓMINE, P., MÓDENA, L., SÁNCHEZ, P., RODRÍGUEZ PONTE, M., ... & DALLAVIA, L. (2016). *Gestión de la comunicación digital. Miradas, procesos y desafíos*. Disponible en: <https://goo.gl/ZWb2zi>
- HÜTT HERRERA, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2). Disponible en: <https://goo.gl/zyF7hN>
- IOTTI, A (2007). Campo comunicacional: reflexiones en torno de objetos y prácticas. Mimeo. Cátedra Didáctica de la Comunicación.
- JOFRE, C. (2008) Blogs y PDI: nuevas tecnologías, práctica y aprendizaje. *Revista Question*, 1(20). Disponible en: <https://goo.gl/rxULpu>
- MARTÍN-BARBERO, J. (2001). De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política. *Nueva Sociedad*, 175, 70-84. Disponible en: <https://goo.gl/weAwTJ>
- MATA, M. C. (1999). De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de la comunicación*, (56), 7. Disponible en: <https://goo.gl/uvm3Zs>



- MORALES, S. (2004). Análisis situacional de las nuevas tecnologías comunicacionales: factores intervinientes para su apropiación y uso en escuelas secundarias de la ciudad de La Rioja, La Laguna, España, Edit. Latina. Tesis doctoral.
- MUSSIS, M (2013). La gestión de la comunicación digital desde la perspectiva del Community Manager. Tesis de Grado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. Disponible en: <https://goo.gl/q9iCVB>
- OROZCO, G Y GONZÁLEZ, R. (2011). Coordinadas de este libro. En *Una coartada metodológica*. México, Tintable. Disponible en: <https://goo.gl/h8Xjvv>
- PALAZZOLO, F. y VIDARTE ASOREY, V. (2013). Claves para abordar el diseño metodológico. En M. S. SOUZA, C. J. GIORDANO y M. A. MIGLIORATI (Edit.) *Hacia la tesis: itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <https://goo.gl/oMJQMf>
- SAYAS A.L. (2013) La eficacia de la integración offline y online en la estrategia de comunicación corporativa. Trabajo Final de Grado. Escuela Politécnica Superior de Gandia. Universidad Politecnica de Valencia. Disponible en: <https://goo.gl/uMYxG2>



# **FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA