

Universidad y TIC

Análisis de las nuevas prácticas de producción y circulación
de la información del Cenur Litoral Norte

Mauricio Nihil Olivera (Coord.)

Marilina Alves
Mariana Borges
José Borrelli
Mónica Cabrera
Adriana Casamayou
Victoria Lagaxio
Cecilia López
María Morelle
Martín Motta
Cristina Rundie

Universidad y TIC

Análisis de las nuevas prácticas de producción y circulación
de la información del Cenur Litoral Norte

Mauricio Nihil Olivera (Coord.)

Marilina Alves
Mariana Borges
José Borrelli
Mónica Cabrera
Adriana Casamayou
Victoria Lagaxio
Cecilia López
María Morelle
Martín Motta
Cristina Rundie



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Universidad y TIC. Análisis de las nuevas prácticas de producción y circulación de la información del Cenur Litoral Norte

Autores:

Dr. Mauricio Nihil Olivera (Coord.); docente e investigador Udelar-ANII y miembro del Observatic

Lic. Marilina Alves; Cenur LN (Salto)

Br. Mariana Borges; FIC-Udelar.

Lic. José Borrelli; docente Udelar

Lic. Mónica Cabrera; Cenur LN (Paysandú)

Lic. Adriana Casamayou; miembro del Observatic.

Lic. Victoria Lagaxio; Cenur LN (Paysandú)

Br. Cecilia López; FIC-Udelar.

Br. María Morelle; Cenur LN (Salto)

Br. Martín Motta; FIC-Udelar.

Lic. Cristina Rundie; docente e investigadora Udelar

Diseño: Carolina Neighbour

Corrección: Renata Lescano

Los resultados que se presentan en este libro forman parte del proyecto *Universidad y TIC: ¿Nuevos espacios tecnológicos de participación estudiantil?*, dirigido por Mauricio Nihil Olivera y José Borrelli, perteneciente a la convocatoria 2016 de Llamado a Proyectos I+D de la Comisión Sectorial de Investigación Científica (CSIC).



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



ISBN: 978-9974-0-1723-8

Índice

Resumen	11
Descripción del problema de investigación	13
Objetivos	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos	14
Antecedentes	15
Texto y contexto: marco teórico	16
Metodología	19
Encuesta	19
Análisis de contenido	20
Entrevistas en profundidad	20
Grupos de discusión	21
Resultados	21
Nuevas prácticas comunicacionales digitales ponen en tensión las formas tradicionales de comunicación institucional	21
¿Cuáles son los canales–espacios comunicacionales que utilizan los estudiantes para buscar la información institucional en las sedes de Salto y Paysandú?	27
¿Cómo se relacionan los estudiantes a través de Internet?	41
Prácticas relacionales	43
Relación estudiantes–estudiantes	44
Relación estudiantes–docentes	45
a) Docentes–estudiantes (mismo grupo WhatsApp)	46
b) Docentes–referentes/delegados (intermediario grupo WhatsApp)	48
Relación referentes/delegados–institución	49
¿Cómo y en qué grado inciden los canales–espacios utilizados por la institución en relación con la participación política–social estudiantil?	52
I) Tipos genéricos de participación	53
II) Modalidades de participación estudiantil	53

III) Formas o vías de participación estudiantil en la universidad	54
a) Participación simple	55
b) Participación consultiva	58
c) Participación proyectiva	59
d) Metaparticipación	60
¿Cuál es el grado de interés de los estudiantes en los contenidos informativos que difunde la institución?	61
Conclusiones	69
Tensiones entre las prácticas comunicacionales 2.0 (bidireccional) y las formas de comunicación tradicional (unidireccional)	69
Comunicación 2.0 (WhatsApp) y prácticas relacionales de los estudiantes	70
Incidencia de la comunicación institucional 2.0 en las formas de participación estudiantil	71
Grado de interés de los estudiantes en los contenidos informativos institucionales	72
Bibliografía	75
Glosario y webgrafía	79

Resumen

El presente estudio muestra que los flujos tecno-informacionales entre el Centro Universitario Regional (Cenur) Litoral Norte (en adelante Cenur LN) y los estudiantes es afectado por la intervención del uso y las prácticas que habilitan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). La intervención de nuevas formas de comunicación, sobre todo a través de WhatsApp, ha producido cambios que alteran y tensionan las formas tradicionales de relacionamiento de los estudiantes, generando necesidades tecnosociales entre los jóvenes.

Las técnicas cuantitativas (encuestas y análisis de datos secundarios de las plataformas 2.0) y cualitativas (grupos de discusión y entrevistas) señalan que la gestión de la información 2.0 del Cenur LN disminuyó su impacto ante las prácticas tecnosociales participativas que constituyen e instituyen los estudiantes, gestionadas a partir de sistemas propios de gobernanza dentro de un espacio tecnológico, geográfico y social que condensa y establece lógicas y temporalidades diversas, concibiendo a la vez fenómenos de integración y de exclusión informacional y comunicacional. En ese escenario, se detecta un actor clave: el delegado/referente estudiantil, quien se establece como un nodo en la red comunicacional universitaria por el que circula un flujo tecno-informacional que abarca a los estudiantes, pero también a los docentes y a la institución.

Tal como se desprende del estudio, las nuevas prácticas resignifican los espacios tradicionales y digitales de producción y circulación de la información del Cenur LN que, además, están atravesados por los intereses (no siempre convergentes) de ambas sedes.

Descripción del problema de investigación

El nivel de conexión de los jóvenes a Internet es una tendencia en crecimiento, así como el uso de las TIC para compartir y buscar información, según señalan estudios como *El Perfil del Internauta Uruguayo de Radar* (2018). En ese marco, ¿cómo hacen las universidades para comunicarse y relacionarse con sus jóvenes? Si se acuerda que la comunicación se encuentra en un proceso de transformación que evolucionó de la comunicación de masas (de uno a muchos —unidireccionalidad—) a una nueva era tecnológico-informacional multimediática y en red (de muchos a muchos —bidireccionalidad—), cuya característica más representativa es la posibilidad de participación y a escala global; la pregunta de partida es: ¿en qué medida ese nuevo contexto incide (o no) en las formas de apropiación de la información, comunicación y participación en el contexto universitario?

Esta investigación analiza los principales usos y prácticas de los espacios de información y comunicación en el Cenur LN, conformado por las sedes de Paysandú y Salto. El trabajo pone el foco en las nuevas prácticas informativas y comunicativas de los estudiantes del Cenur LN y parte del supuesto que el acceso a la información de los actores universitarios (estudiantes, docentes y egresados) es clave para fortalecer la participación y la toma de decisiones en la política universitaria. La información y la comunicación son dimensiones claves en los procesos de participación de lo común y del compromiso con lo colectivo. Entender si los procesos tecnológicos afectan —y de qué manera— las dimensiones de la información y la comunicación entre los actores universitarios, alterando así el pacto político-comunicacional entre la institución y los estudiantes, es un insumo fundamental para definir los desafíos y planes estratégicos de comunicación del Cenur LN.

Los resultados de esta investigación son un aporte ineludible para entender y pensar la creciente complejidad comunicacional dentro de la Universidad y para diseñar o ajustar nuevas estrategias desde las Unidades de Comunicación y Difusión Institucional (UCDI). Las instituciones, en este caso la Universidad de la República (Udelar), tienen el desafío de comprender y gestionar los nuevos modos de relación de los actores sociales que se tejen en los modernos sistemas de comunicación que habilitan las tecnologías, que deslocalizan el espacio y el tiempo, y que generan nuevos espacios geográficos y sociales. Para comprender esa nueva realidad comunicativa, es imprescindible tener en cuenta una perspectiva plural y pensar en los ejes vertebrales de la pertenencia, la identidad sociocultural, la interconexión y la política universitaria.

En definitiva, como explica Castells (2004), lo que la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas, sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos —que constituyen lo cultural— y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios. Los nuevos espacios Tecnológicos, Geográficos y Sociales (TGS), tal como los denominamos en este trabajo, dan cuenta no solamente de las TIC, también de nuevos modos de percepción y *tecnosociabilidades* que habilitaron las tecnologías y que se identifican en la presente investigación.

Objetivos

Objetivo general

Avanzar en el conocimiento sobre cómo las nuevas formas de información, comunicación y participación universitaria (a partir de las TIC) cuestionan y tensionan a las políticas comunicacionales tradicionales universitarias en el ámbito estudiantil del Cenur LN durante el periodo 2017–2018.

Objetivos específicos

1. Identificar las tensiones que produjeron las nuevas prácticas comunicacionales respecto a las prácticas comunicacionales tradicionales.
2. Identificar cuáles son los canales–espacios de interacción–colaboración que utilizan los estudiantes en la búsqueda de la información institucional en las sedes de Salto y Paysandú.
3. Describir las prácticas relacionales de los estudiantes en torno a los canales–espacios de información.
4. Analizar la incidencia de los canales–espacios de comunicación e información utilizados por la Institución sobre las formas de participación estudiantil.
5. Identificar el nivel de interés de los estudiantes hacia los contenidos informativos que circulan a nivel institucional.
6. Detectar cuáles son las herramientas tecnológicas que los estudiantes utilizan para comunicarse y participar en el contexto universitario.

Antecedentes

El proceso de descentralización de la Udelar configura un nuevo escenario territorial a partir de la creación de los Centros Regionales, que involucra a todos los actores universitarios en su construcción y consolidación. En este contexto, este estudio pretende generar conocimiento acerca de las formas de relacionamiento que habilitan las tecnologías entre los estudiantes, docentes, egresados y la institución, debido a que es una oportunidad para incidir en el desarrollo comunitario del nuevo escenario territorial que conforma al Cenur LN. El objetivo final de este trabajo es aportar insumos para pensar en una intervención comunicacional dentro del Cenur LN, incorporando a todos los agentes universitarios y estableciendo procesos de participación y articulación entre su población y la institución con la meta de alcanzar intereses comunes.

Si bien en los últimos años se han desarrollado fuera de Uruguay numerosos trabajos de investigación centrados en la relación de estudiantes universitarios y las TIC, en su mayoría, el enfoque apunta a los procesos de enseñanza y aprendizaje y no a la participación comunicacional estudiantil, tal como se plantea en la presente investigación. A continuación, se enumeran algunos de esos trabajos que sirvieron como marco de referencia en esta investigación:

- El estudio de Valenzuela (2012) en Chile, quien analiza el uso de las redes en las manifestaciones de jóvenes (y otras formas de protesta) como una forma de vincular el uso de nuevas tecnologías comunicativas con la participación política; y el trabajo de Valderrama (2013), que analiza la apropiación de las TIC en Chile para acciones de protesta por parte de los estudiantes en 2006.

- La investigación de Altamirano, Valarezo y Ordóñez (2013), en Ecuador, que aborda las iniciativas institucionales universitarias y sus formas de comunicación a partir del uso de las tecnologías, observando si generan participación estudiantil. Entre sus principales conclusiones, los autores destacan que dichas universidades ecuatorianas aplican algunas estrategias comunicacionales 2.0, pero que no tienen un verdadero alcance a los estudiantes.

- El trabajo de Albarracín y Chacón (2015) en Colombia, quienes en un estudio exploratorio–descriptivo exploran y caracterizan los escenarios en que los estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD–Colombia) ejercen la ciudadanía en la modalidad educativa a distancia.

- La investigación de Trilla, Jover, Martínez y Romaña (2011), en España, elabora una tipología conceptual para el análisis de la participación estudiantil partiendo de las potencialidades de las TIC para generar nuevas formas de participación entre los jóvenes universitarios.

En Uruguay, concretamente, se identificaron solo dos estudios sobre participación política de jóvenes. En ambos casos, los resultados muestran que existe un mayor nivel de participación y uso de redes sociales por parte de estudiantes universitarios que de los jóvenes en general. El primer trabajo corresponde a Mieres y Zuasnarbar (2012); quienes presentan una comparación entre comportamientos y actitudes políticas de los jóvenes en relación con el resto de la población, a partir de los datos de una encuesta de opinión a la población. El segundo estudio pertenece a Aguiar (2012), quien aborda la participación de los jóvenes en movimientos sociales en Uruguay.

Finalmente, la perspectiva del trabajo que se presenta, a la luz de los antecedentes en nuestro país sobre la investigación en juventud, participación y tecnologías, es un aporte innovador, pertinente y de gran actualidad. Por otra parte, este estudio tiene la pretensión de comenzar a consolidar esa línea de investigación dentro del campo comunicacional en Uruguay.

Texto y contexto: marco teórico

Se parte del entendido que la comunicación y la socialización son un aspecto fundamental para la proyección de las personas y los grupos en la participación de lo común y del compromiso con la dimensión de lo colectivo. En este marco se busca contextualizar de forma teórica tres elementos claves en este estudio: los estudiantes, la política comunicacional universitaria como estrategia de participación–acción, e Internet (TIC) como espacio para tal acción.

El estudio se sostiene en la idea que la intervención de las TIC implicó alteraciones en los pactos comunicacionales y que generó nuevos espacios Tecnológicos, Geográficos y Sociales (a partir de ahora TGS) (Olivera, 2013). En ese contexto se observa y reconstruye las formas particulares de las prácticas comunicativas, sociales y tecnológicas de los actores universitarios que interactúan entremezclando lógicas y temporalidades diversas, condensando al mismo tiempo una nueva relación con el espacio, el tiempo y el lugar.

La referencia a los espacios TGS permite entender las profundas transformaciones en las formas de concebir la relación espacio/tiempo y los cambios en curso de la experiencia humana, puesto que los términos *geográfico* y *social* son conceptos que la gente tiene del mundo, que se emplean en la vida cotidiana y las prácticas científicas para orientar, demarcar, diferenciar y reducir la complejidad de dar sentido a varios fenómenos. Existe una conexión dialéctica entre ambos, ya que no existe lo social sin una dimensión geográfica y no existe una construcción geográfica sin una dimensión social.

La revolución digital permitió que la tecnología atravesara lo geográfico y lo social, permitiendo novedosas lógicas y formas de producción, circulación y apropiación de la información en un contexto de cambio tecnológico continuo y dinámico. En la actualidad, las TIC permiten crear entre los actores sociales nuevas prácticas y lógicas de participación configuradas por relaciones nuevas y múltiples entre el espacio–tiempo–lugar (Olivera, 2013). Las innovaciones tecnológicas pueden generar estrategias colaborativas, participativas y de intercambio entre los actores sociales. Los espacios TGS están mediados por prácticas socioculturales y por características tales como la distancia, el territorio, la pertenencia, la identidad y la sociabilidad.

Los espacios TGS son nodos, espacios donde confluyen parte de las conexiones de otros espacios reales o abstractos que comparten sus mismas características y que, a su vez, también son nodos que conforman una red. Estos espacios TGS son un lugar de observación clave de las nuevas tecnosociabilidades, de las relaciones que surgen y se difunden entre los actores sociales así como sus prácticas tecnológicas a través de las cuales se expresan sentidos y significados (Olivera, 2015). En ese contexto, Internet cumple una función primordial: es la herramienta que permite esas relaciones y habilita los espacios TGS donde circula la compleja relación entre distancias, territorios y sentidos que orientan las prácticas de los actores sociales (Olivera, 2013). El desafío es observar y analizar la constitución de tales prácticas a partir de la relación tecnológica, geográfica y social que habilita Internet.

El espacio entonces se globaliza y des–localiza de forma paralela. Vivimos en el tiempo de los hipertextos, pero también de los microrrelatos, de las microculturas y de los microsegundos. Experimentamos una extrema fragmentación de los tiempos de trabajo, de ocio, de la información y la comunicación. Manuel Castells (2000) señala la idea de un «tiempo atemporal» y de una «cultura de la virtualidad real» para referirse a la nueva concepción del tiempo que surge con el posmodernismo, asociada a un sistema multimedia integrado electrónicamente.

Para Castells, la sociedad ha entrado en un nuevo régimen de producción del espacio y del tiempo. Un régimen donde la conexión instantánea entre diferentes puntos del planeta llevó a sostener una supuesta contracción espacio-temporal en la que el mundo se transformaría en una aldea global. Castells (2003) se refiere a un nuevo régimen que denomina *Sociedad Red*, cuya característica son los flujos y sus nodos que adquieren preeminencia sobre los territorios estatales. Sin embargo, autores como Martín Barbero hablan de una opacidad que remite a «la densidad y compresión informativa que introducen la virtualidad y la velocidad en un espacio mundo hecho de redes y flujos, más que de encuentros» (Barbero, 2001: 78).

Según la literatura actual, las innovaciones tecnológicas permiten, entonces, por primera vez en la historia, mantener la inmediatez y la instantaneidad de la comunicación en tiempo real con distintos espacios geográficos, tal como se observa en el caso del Cenur LN. En otras palabras, se asiste a rupturas de espacio y tiempo, de la discontinuidad hombre-artefacto y de la construcción de una «realidad virtual», que dejaron de ser ficción o posibilidades teóricas. Una virtualidad que, a partir de las redes, permite ser simultáneos en una infinidad de posibles combinaciones. La virtualidad, la conectividad y la interactividad forman parte y son condiciones de la vida misma y, por lo tanto, pueden ser ahora aplicables a la tecnología (Olivera, 2013).

Asistimos a un nuevo escenario, uno hipertextual, reticular, lleno de nodos. Un ejemplo de ese nuevo escenario se puede constatar en el sistema educativo formal, que desde hace tiempo se siente interpelado, en gran parte, por un cambio de paradigma en cuanto a las formas de apropiación del conocimiento. No obstante, entender el fenómeno de las redes sociales implica dar cuenta de las prácticas y demandas de los usuarios, una tarea que aún está en ciernes.

Los sitios de redes sociales (*Social Network Sites*), según Danah M. Boyd y Nicole Ellison (2007: 2), son «como servicios basados en la web que permiten a los individuos 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, 2) articular una lista de otros usuarios con lo que comparten una conexión, y 3) ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros dentro del sistema». Estos autores destacan que las redes sociales no solo permiten a los individuos conocer extraños, sino que permiten a los usuarios articular y hacer visibles sus redes sociales, son «lazos latentes» que comparten alguna conexión sin conexión.

Ilse Scherer-Warren (2005: 80) señala que existen por lo menos tres peculiaridades de las redes en el marco tecnológico: «1) la temporalidad: nuevas formas de comunicación en tiempo real, con conexión de diferentes tiempos sociales; 2) la espacialidad o creación de territorialidad (local a global); 3) la sociabilidad o formas de relaciones sociales en términos de alcance, intencionalidad y conectividad con nuevas dimensiones en la esfera pública». Tales características se ajustan a uno de los paradigmas del mundo actual, como apunta Milton Santos (1994: 218): «la exigencia de fluidez para la circulación de ideas, mensajes, productos o dinero. Las redes difunden flujos de información ubicuas e instantáneas y pasan a tener un rol de enlace entre las otras técnicas, uniéndose y asegurando una presencia planetaria del nuevo sistema tecno-informacional».

La concepción tecno-informacional se caracteriza por la virtualidad, la conectividad, la interactividad, la convergencia y la ubicuidad, que se acentúa con los teléfonos inteligentes, una tecnología comunicativa que siempre está en expansión. La telefonía móvil es un ejemplo de la temporalidad virtual, pues añade flexibilidad a las conexiones personales y crea vínculos sociales sin que sea preciso el contacto físico inmediato. Según el estudio *El Perfil del Internauta Uruguayo* (Radar, 2015), el número de *smartphones* se multiplicó por 13 en tres años: 1.580.000 personas poseen uno. En el último estudio de Radar (2018), se señala que el *smartphone* ya se universalizó en Uruguay; y que WhatsApp, Facebook, Youtube, el correo electrónico, los mapas/GPS y el Messenger son las aplicaciones más frecuentes en los celulares. Es interesante apuntar que el estudio de Radar (2018) menciona que el usuario promedio de internet se conecta casi seis horas diarias y que los usos más habituales son el chat y las redes sociales, seguidos de «buscar información específica en Google», «mirar videos» y «leer noticias». Entre los usos, aumenta el compartir enlaces y noticias así como debatir sobre temas políticos y sociales.

En otras palabras, se constataría que el nivel de conexión de los jóvenes a Internet es una tendencia en crecimiento, así como el uso de las TIC para compartir y buscar información. Entonces ¿en qué medida esta situación llega a incidir (o no) en las formas de participación en el contexto universitario? El término *participación* es entendido en este trabajo en un sentido más amplio que el de participación política tradicional—como las formas de influir en procesos institucionales y sus resultados—. Participación también abarca las prácticas sociales que buscan incidir en la gestión y resolución de problemas colectivos y, en ese sentido, resulta de interés las tipologías de participación en la universidad propuestas por Trilla y otros (2011). Los autores distinguen cuatro tipos genéricos de participación: a) simple, b) consultiva, c) proyectiva y d) metaparticipación, en niveles progresivos de intensidad y complejidad. En segundo lugar, presentan otra tipología en función de cinco objetos de participación: a) pedagógica, b) de gobierno universitario, c) sociocultural, d) comunitaria y e) evaluativa. Finalmente, clasifican en función de las modalidades de participación en dos sentidos, distinguiendo tanto entre individual y asociativa como entre institucional y alternativa.

Por último, y sin entrar en una perspectiva determinista tecnológica, parece razonable explorar entonces cómo las nuevas prácticas comunicacionales pueden incidir en el interés, las formas y los niveles de participación en temas universitarios, emergentes o propuestos a través de canales–espacios institucionales.

Metodología

El abordaje del problema planteado dio cuenta de tres grandes dimensiones: los estudiantes, los funcionarios que tienen a su cargo la comunicación institucional y los espacios de intercambio de información. El diseño metodológico utilizó técnicas cuantitativas —como la encuesta y análisis de datos secundarios de las plataformas virtuales—; y técnicas cualitativas como la entrevista en profundidad, el análisis de contenido y los grupos de discusión.

Encuesta

La población objetivo de la encuesta fueron los estudiantes del Cenur LN de la Udelar (en sus dos sedes: Salto y Paysandú). De acuerdo con la información proporcionada por la bedelía (comonúmero de estudiante, sede y carrera que cursa, generación a la que pertenece), se tomó una muestra representativa (estratificada) de la población en cuestión. Mediante la modalidad «cara a cara», se les aplicó a los estudiantes un cuestionario que permitió —además de una caracterización—, describir algunas variables relacionadas con la utilización de las TIC, tales como: preferencias de uso de las plataformas, usos, frecuencia en su utilización, búsqueda de información, interés en la información difundida por la universidad, propósitos y motivaciones en los usos y tiempo destinado al uso.

La complejidad de la población estudiantil del Cenur LN para encuestar (dos sedes territoriales donde convergen cerca de 15 servicios y más de 25 carreras) se vio reflejada en la estratificación de la muestra, tal como se observa en el cuadro 1.

Centro Universitario Salto	Centro Universitario Paysandú
Abogacía, Escribanía, Lic. Ciencias Sociales, Lic. Trabajo Social, Lic. Turismo, Lenguaje de Señas (LSU), Escuela de Música, Lic. Enfermería, Lic. Psicología, Asistente en Odontología, Dr. En Medicina Veterinaria, Lic. Diseño Integrado, Ing. Agrónomo, Ciclo Inicial en Ciencias Sociales, Ciclo Inicial Ciencia y Tecnología (CIOCT), Ciclo Inicial Optativo Matemáticas, Lic. Ciencias Hídricas, Química.	Ciclo Inicial Optativo Salud, Lic. Psicología, EUTM (Fisioterapia, Imagenología, Anatomía patológica, Hemoterapia, Instrumentación, Laboratorio, Podología, Salud ocupacional, Psicomotricidad), Lic. Bibliotecología, Tecnicatura en Bienes Culturales, Lic. Ingeniería Biológica, Ing. Agrónomo, Dr. En Veterinaria, Químico agrícola y medioambiental, Tecnólogo Químico, Tecnólogo Mecánico, Tecnólogo Informático, Tecnólogo en Imagen Fotográfica.

Cuadro 1. Fuente: elaboración propia.

Nuestra población estuvo delimitada por los estudiantes «activos» del Cenur LN al 27/6/2017, es decir, por aquellos que bedelía registró como ingresados en el período comprendido entre el 1/1/2015 y el 27/6/2017, así como también los ingresados con anterioridad pero que durante ese período tuvieron alguna actividad académica. La información fue proporcionada en su totalidad por la sección bedelía mediante petición previa, a través de una carta de los responsables del proyecto dirigida a la Dirección del Cenur LN.

Para obtener la mayor representatividad posible de la población estudiantil activa (que ronda los 9.000 estudiantes distribuidos en: 79 % CUS¹ y 21 % CUP²), se tomó una muestra aleatoria estratificada (con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %), de acuerdo con las siguientes variables: sede del Cenur (CUS/CUP), servicio o facultad al que pertenece, carrera universitaria que cursa y nivel de avance en la carrera (inicial/avanzado). Se encuestaron 333 casos, de los cuales se relevó información acerca de los canales y las frecuencias con los que se comunican los estudiantes con sus pares, con los docentes y con la institución en general; la comunicación institucional y la satisfacción con sus contenidos, así como la participación e involucramiento de los estudiantes con la institución.

Análisis de contenido

Se analizaron las páginas de Facebook (*fanpage*) de Salto y Paysandú a partir de la recolección de los datos generados por las distintas publicaciones. Para el análisis de las métricas digitales, se realizó un corte temporal que comprendió el período desde el 1.º de octubre de 2017 al 28 de febrero de 2018. La selección del período de tiempo se realizó considerando que durante esos meses se abarcó parte del dictado de los cursos regulares, dos períodos de exámenes y un período de inscripciones. El análisis de los datos arrojó información, principalmente, sobre: a) las características sociodemográficas de los seguidores de las *fanpages*; b) el tipo de contenido publicado por las instituciones y, c) la interacción con las publicaciones.

Entrevistas en profundidad

Se realizaron entrevistas en profundidad a los coordinadores de las Unidades de Comunicación de ambas sedes (Paysandú y Salto), que fueron desgrabadas y se procesaron en Atlas.ti para su correspondiente análisis. Las entrevistas arrojaron datos de las políticas de comunicación establecidas para ambas sedes (Salto y Paysandú) y del plan de comunicación, aún muy incipiente, del Cenur LN. Dicha técnica permitió profundizar en los aspectos subjetivos, así como de los significados y sentidos de la aplicación de una comunicación 2.0 en el marco de una integración territorial comunicacional.

¹ Centro Universitario de Salto.

² Centro Universitario de Paysandú.

Grupos de discusión

Los grupos de discusión se realizaron con los delegados de clase (en el caso de Salto) y «referentes» estudiantiles de clase (en el caso de Paysandú). Los estudiantes seleccionados (de segundo curso en adelante) pertenecían a diferentes cursos, carreras y servicios. No se citaron estudiantes del primer año de carrera por considerar que no tenían el conocimiento del funcionamiento de la institución, una dimensión clave para este estudio. Es importante aclarar también que la diferencia entre la figura del delegado y la del referente se basa en que, en el primer caso, el delegado es votado por los compañeros de clase y respaldado por la institución (una figura que existe solo en Salto); mientras que el referente se erige y legitima ante sus compañeros a partir de sus prácticas comunicacionales en el curso (no existe la figura institucionalizada del delegado en Paysandú).

Con esta técnica se pretendió profundizar en dos temas fundamentales: el uso de diferentes canales de comunicación entre los estudiantes y la institución, y el interés de los estudiantes en los contenidos informativos. La importancia de los delegados y referentes en la difusión de la información que arrojó el análisis de la encuesta fundamentó la conveniencia de conformar la muestra con estudiantes que cumplieran específicamente con esa función.

Resultados

Nuevas prácticas comunicacionales digitales ponen en tensión las formas tradicionales de comunicación institucional

Los Centros Universitarios Regionales (Cenur) de la Udelar son producto de resoluciones unánimes adoptadas en 2007 por la conducción colectiva de la institución y en procura de contribuir a la construcción de un Sistema Nacional de Educación Terciaria Pública con presencia efectiva en todo el territorio uruguayo. En ese marco se llevó adelante la denominada Segunda Reforma Universitaria, que incluye tres objetivos: (i) la forja de una estrecha colaboración con el conjunto del sector público y con la sociedad civil; (ii) la concreción de una estrategia renovada de regionalización de la Universidad; (iii) el impulso a cambios que hagan del Interior una vanguardia de la transformación de la estructura universitaria (Udelar, 2009). El Consejo Directivo Central (CDC) de la Udelar, en 2013, creó el Cenur LN integrado por la antes Regional Norte y el Centro Universitario de Paysandú. La instalación efectiva del centro universitario regional, como servicio universitario de nuevo tipo, se concretó con las elecciones universitarias de Cenur LN con fecha 26 de marzo de 2014.

La gestión de la información y la comunicación son un aspecto fundamental para la proyección de la complejidad territorial en la conformación del Cenur LN, que abarca el área comprendida por los departamentos de Artigas, Salto, Paysandú y Río Negro. La región incluye a los Centros Universitarios Locales de Paysandú y Salto, con tradición universitaria de más de 50 años, y las Casas de Río Negro y Artigas, de reciente instalación. La gestión e implementación de estrategias comunicacionales en un territorio tan fragmentado y con muchos servicios no es tarea sencilla, tal como señala uno de los responsables de las Unidades de Comunicación (UC): «Es mucha la complejidad que eso (territorio) trae detrás. Muchas veces se compara con la Unidad de Comunicación de una facultad de Montevideo, por ejemplo, con la de Facultad de Arquitectura, que se maneja dentro del área académica y no en todos los frentes como hacemos aquí. En Salto son públicos muy heterogéneos y con muchas ramificación temática, áreas de conocimiento diversas, etc.».

Incorporar nuevas estrategias comunicacionales 2.0 en la complejidad del territorio del Cenur LN con: a) servicios que muchas veces gestionan de forma independiente su información y comunicación; b) intereses que no siempre son convergentes entre las sedes; c) prácticas y lógicas comunicacionales

tradicionales que se resisten a la interacción que posibilitan las TIC y que interpelan las mediaciones y las lógicas centralizadas, verticales y jerarquizadas de las prácticas comunicacionales universitarias y; d) vinculaciones fuertes y arraigadas entre la institución académica y los medios de comunicación locales; entre otras dimensiones, es sin duda un gran desafío para el proyecto del Cenur LN.

Para entender la complejidad del territorio y el desafío comunicacional del Cenur LN en la actualidad, se apunta que: se cursan más de 50 opciones de enseñanza de todas las áreas del conocimiento con una matrícula anual de ingreso de 2.000 estudiantes; se desarrolla investigación de primer nivel en todas las áreas del conocimiento; se llevan adelante actividades y programas de extensión universitaria en vinculación con instituciones y comunidades de diferentes características presentes en el territorio; y además, las sedes universitarias son espacio para el desarrollo de actividades culturales y eventos académicos organizados por grupos radicados o en colaboración con instituciones y colectivos locales y nacionales.

En el área de Salud, se cursan completas las siguientes carreras: Licenciatura en Psicología, Licenciatura en Enfermería, Auxiliar en Enfermería, Licenciatura en Fisioterapia, Licenciatura en Laboratorio Clínico, Licenciatura en Imagenología, Licenciatura en Instrumentación Quirúrgica, Licenciatura en Psicomotricidad, Tecnicatura en Anatomía Patológica, Tecnicatura en Hemoterapia, Tecnicatura en Podología Médica, Tecnólogo en Salud Ocupacional, Licenciatura Binacional en Obstetricia, Licenciatura en Educación Física, Tecnicatura en Deportes opción Básquetbol y Licenciatura en Biología Humana. Además, en el área salud se puede cursar el Ciclo Inicial Optativo Salud, que habilita a continuar en el segundo año de varias carreras y Doctor en Medicina (a partir del cuarto año de la carrera).

Del área Social y Artística, el Cenur LN ofrece las carreras: Licenciatura en Turismo, Licenciatura en Bibliotecología, Licenciatura en Archivología, Tecnicatura en Bienes Culturales opción Historia Regional y Local y Patrimonio, Escribano Público, Abogacía, Procurador, Licenciatura en Trabajo Social, Licenciatura en Ciencias Sociales, Tecnicatura en Interpretación, Tecnicatura en Dirección de Coros, Tecnicatura en Tecnologías de la Imagen Fotográfica y Tecnicatura en Lenguas de Señas. Además se ofrecen el Ciclo Inicial Optativo (CIO) del Área Social que habilita a continuar estudios en varias carreras del área y el Ciclo Inicial Ciencias Sociales específico para las carreras dependientes de la Facultad de Ciencias Sociales.

El área Científico Tecnológica brinda formación de grado y postgrado en las siguientes opciones: Licenciatura en Recursos Hídricos y Riego (antes Licenciatura en Ciencias Hídricas Aplicadas), Licenciatura en Diseño Integrado, Ingeniero Agrónomo opción Agrícola Ganadera, Doctor en Medicina Veterinaria–opción Producción Animal, Químico orientación Agrícola y Medio Ambiente, Licenciatura en Ingeniería Biológica y Diploma de Matemáticas. Además, en conjunto con UTU y UTEC se llevan adelante en la región cuatro tecnicaturas: Tecnólogo Industrial Mecánico, Tecnólogo Informático, Tecnólogo Químico y Tecnólogo de Productos en Gemas. En el marco del trabajo coordinado se ofrecen los ciclos: Inicial Optativo Área Científico Tecnológica, Inicial en Biología–Bioquímica e Inicial en Matemáticas con posibilidad de desarrollar la continuidad de los estudios en diversas carreras de la macroárea.

Los docentes, unos 600 en total, tienen variadas cargas horarias y se agrupan en departamentos, polos de desarrollo universitario, carreras y unidades; llevan adelante actividades de enseñanza, extensión e investigación desde sus diferentes espacios mientras se procesa la discusión de la estructura académica del Cenur LN en torno a la departamentalización. Además, los departamentos y polos de desarrollo universitario realizan convenios tanto para el dictado de cursos y/o seminarios de grado, posgrado y educación permanente como para la implementación de actividades de investigación y extensión con instituciones de enseñanza pública del país o instituciones del Estado, el PIT–CNT y las intendencias de la región, entre otros.

La radicación en la región de docentes e investigadores, sumados a los recursos humanos ya existentes en todas las áreas, representan un aporte significativo para impulsar abordajes interdisciplinarios sobre ejes temáticos prioritarios de interés regional y, al mismo tiempo, continuar avanzando en el desarrollo

local y regional. En varias temáticas, como la ingeniería biológica, la virología, la energía solar y la psicología comunitaria —por citar algunos ejemplos—, el trabajo de generación de conocimiento y enseñanza es referencia para todo el país, con inversiones en laboratorios y equipamientos de primera línea.

El Cenur LN, a partir de las Unidades de Comunicación (UC) de ambas sedes, comenzó a implementar estrategias diversas de comunicación 2.0 con el fin de generar (de forma gradual y en distintas áreas de interés para el proyecto político del Cenur LN) plataformas participativas y colaborativas. Tales estrategias apuntan a consolidar tres objetivos centrales, tal como surge de las entrevistas en profundidad a los responsables de las UC: a) vinculación de las sedes con la comunidad; b) difusión de la oferta académica; y c) difusión de actividades diversas de las sedes para tener presencia en el territorio.

Este estudio, a partir de los datos relevados, identifica los siguientes resultados:

– Se observa una estrategia comunicacional 2.0 incipiente por parte de las dos sedes de la UC, pero que no converge aún en un plan comunicacional conjunto entre Salto y Paysandú para ayudar a consolidar los objetivos propuestos dentro del territorio Cenur LN. Los responsables señalan que: «La integración regional, desde mi punto de vista, todavía es incipiente. En realidad me parece que es parte, y esto capaz que es una interpretación medio rebuscada, de un proceso que aún no se visualiza; no se ve la comunicación como algo estratégico en el fortalecimiento institucional. Es decir, si yo construyo una nueva institucionalidad como es el Cenur LN (un centro universitario regional referenciado a una región que es el litoral norte que va desde Artigas hasta Río Negro) y no lo posiciono con acciones concretas, es bastante difícil que se consolide».

– El Cenur LN no tiene una comunicación 2.0 con sus alumnos. Si bien las sedes han implementado algunas estrategias independientes como Facebook, no se distinguen en ellas una política institucional conjunta. Por ejemplo, no existe un sitio Facebook Cenur LN, pero cada sede tiene su sitio Facebook. Los responsables de comunicación explican que la dirección regional encomendó un sitio web regional, pero no un Facebook regional. Uno de los responsables de comunicación apunta que le gustaría implementar un Facebook Cenur LN, pero que eso no se coordinó y que, incluso, los nombres de las páginas Facebook de cada sede tampoco fueron discutidas: «Nosotros pasamos de ser CUP a llamarnos *sede Paysandú de Cenur LN*, ese es el nombre de la página de Facebook. La de Salto se llama *Udelar Salto, Cenur LN*. No coordinamos para llamar la página Facebook de una determinada manera, cada uno vio un motivo que le parecía mejor para renombrarla». Los responsables de las UC señalan que: «Respecto a estrategias comunicacionales conjuntas con Paysandú para coordinar cuestiones comunes al Cenur LN, aún falta mucho. Siguen siendo como dos realidades diferentes, pero intentamos hacer una puesta en común, compartir problemáticas y proyectar acciones. Ahora estamos diseñando la nueva web, creando de cero el Cenur LN. Esa tarea también fue encomendada por la dirección. No tenemos un plan conjunto general, pero sí algunas instancias, acciones, en que trabajamos juntos. Antes del Cenur LN ya había algunas acciones conjuntas que se incrementaron después de la aprobación del Cenur LN. Por ejemplo, los programas de radiocompartidos y el boletín digital, que ahora pasó a ser del Cenur LN, de los dos. Sin embargo, hay dificultad para sostener esos productos, fruto de la dispersión en lo que cada uno de nosotros tenemos y de la sobrecarga de trabajo».

– Las redes sociales se utilizan principalmente para informar (canales de una sola vía) y en general no cumplen su función de medio de comunicación multidireccional. Esto se debe, principalmente, a la falta de recursos humanos en las UC. Los responsables de las UC coinciden en que las unidades siguieron creciendo en tareas y responsabilidades con pocos recursos humanos y que «quedó pendiente armar un documento de trabajo, un plan de comunicación (este es el tercer año que se habla de la reestructura de las Unidades), donde una de las cosas que tiene que establecerse como punto de partida son los objetivos concretos de las UC». También señalan que «salvo eventos específicos (como un encuentro de investigadores del Litoral, las elecciones o alguna cosa puntual), no hay una estrategia en clave Cenur LN. De hecho, llevó bastante discusión afinar la creación de un logo común y no hemos logrado concretar el tema de la página web Cenur LN». Los responsables señalan que la estrategia común comunicacional (Salto y

Paysandú) se da en cuestiones puntuales «que se organizan en una sede con participación de gente de las otras sedes, y que hay una decisión conjunta por parte de las direcciones, tanto regional como local, de dar apoyo a una cuestión puntual. Pero lo identifico como cuestiones aisladas, no me parece que sea una estrategia comunicacional general del Cenur LN». Ambos coordinadores coinciden en la falta de un plan comunicacional, que no hay nada escrito, y que ellos gestionan el día a día. La falta entonces de una política comunicacional para el territorio diluye la planificación y la estrategia comunicativa del Cenur LN, perdiendo el impacto en, por ejemplo, las estrategias para consolidar los contenidos fundacionales que instituyó la política comunicacional del Cenur LN en su creación.

– La participación de los estudiantes en las redes sociales de las sedes de Salto y Paysandú es muy baja. Las sedes publican y difunden información en un lenguaje noticioso. Los estudiantes participan poco y nada de los comentarios de las noticias. Las noticias publicadas, en general, no son vistas por los estudiantes tal como se comprueba en los grupos de discusión. Los estudiantes mencionan desinterés en las noticias publicadas, desconocimiento del sitio, entre otros (se volverá sobre este punto en los resultados del objetivo 5). Los responsables de las UC mencionan falta de recursos para atender las redes sociales o disponer de un *community manager*.

– Los responsables de las UC afirman que no alcanzan los recursos humanos para las tareas que tienen asignadas, que se van incrementando y deben ser sostenidas por un equipo precarizado. La sede de Paysandú cuenta, en 2018, con tres cargos (interinos): coordinador G2 con 25 h; G1 con 10 h; G1 con 15 h, que la sede financia con una extensión a 40 h. La sede de Salto cuenta, en 2018, con cinco cargos (interinos): coordinador: cargo de asistente G2–35 h, G1 con 10 h, G1 con 10 h y extensión en trámite de gestión a 40 h, G1 con 20 h por art. 9 (designación directa), G1 con 15 h y con extensión a 40 h porque, según explican los coordinadores, «se le están encomendando trabajos del Cenur que corresponden al desarrollo de toda la nueva cartelería de la identificación gráfica para las cuatro sedes (casa de Artigas, casa de Río Negro, sedes Salto y Paysandú)», y no solo edificios, «también vinculaciones con otros servicios e instituciones». Los responsables UC sostienen que: «se debería generar, primero, nuevos cargos para dar una seguridad económica y mayor dedicación, porque en general casi todo el equipo tiene otro trabajo fuera, menos un Grado 1 que está estudiando en la universidad. Esta situación genera inestabilidad en el equipo. Y si bien accedemos a extensiones, se dan en un marco de debilitamiento. Aspiramos a dejar de ser interinos y que se haga una reestructura. Aclaro que todos los coordinadores de otras Unidades son G3 o, en algún caso G4; somos las únicas unidades (las de comunicación) con coordinadores Grado 2, y esta situación no corresponde». Dentro de las actividades que llevan adelante señalan: «Si se observa el informe de actividades que se realiza anualmente, enseguida queda en evidencia que no es suficiente el personal para cubrir: a) el fortalecimiento de la imagen institucional de la sede y el posicionamiento de la presencia de la Udelar en el interior; b) el fortalecimiento de los medios de difusión y comunicación de las actividades que realiza el Cenur LN (radio, boletín, Facebook institucional, página web); c) el tema de la identidad de la sede y de la universidad en el territorio —local y regional—; d) la difusión de la oferta académica del Cenur LN; e) el apoyo a la Casa de la Universidad en Río Negro que luego de su creación en 2017 se asignó a la UC de Paysandú; f) la difusión de la enseñanza e investigación y de los grupos docentes en la sede y en el Cenur». Además mencionan tareas que les fueron asignadas por fuera de las habituales como Expoeduca: «En el año hay mojones determinados que ya forman parte de la rutina anual. La difusión de la oferta académica a fin y a principio de año, detalle de inscripciones; recibimiento de generación de ingreso; la gira ahora no se hace con el formato inicial pero siempre estamos con nuevas modalidades de difusión de la oferta; las Expoeduca también están instaladas, tanto a nivel local —donde nos encargamos de la realización y organización— como las que participamos en calidad de expositores en la región o en Montevideo, lo que requiere el armado de un trabajo importante de organización, pero también generar productos, diseñar folletería, piezas para difundir».

– La falta de recursos humanos, la precarización de los equipos de comunicación de las sedes, la

concreción de un plan político comunicacional conjunto para el Cenur LN repercuten en la utilización, gestión y prácticas que se dan en las redes sociales. En ese marco, las TIC son utilizadas y validadas bajo el modelo tradicional comunicativo universitario y sostenido en los mismos principios y modelos de representación característicos de la sociedad de la comunicación de masas, sin aprovechar la posibilidad de interacción que interpelan las mediaciones y las lógicas centralizadas, verticales y jerarquizadas de las prácticas comunicacionales 2.0 universitarias. Las redes sociales y la web institucional replican la misma información institucional, tal como se comprueba en el análisis de las plataformas, y la sección de noticias de la web institucional no llega a tener gran dinamismo por la falta de recursos dentro de las UC. El canal-espacio 2.0 de Facebook —que tienen ambas sedes— es utilizado para incorporar información que no organiza el Cenur LN, así, de esa manera, diferencian al Facebook de la sedes de la web institucional que solo incorpora noticias y actividades de las sedes o del Cenur LN: «Por ejemplo, la gente de agronomía nos envía información de un congreso que no era organizado por la universidad y ni siquiera era en Salto. Es un evento que puede interesarles a nuestros actores (estudiantes o docentes de agronomía), pero que no tiene vínculo alguno con la institución. En esos casos no lo ponemos en la web, pero sí en el Facebook, que tiene una lógica más dinámica y abierta. La actualización del contenido web no la hacemos tan seguido como la información de las redes. En Facebook publicamos entre tres y cinco noticias por día. Y en general, en Facebook, replicamos todo lo que ponemos en la página web. En el sitio web publicamos noticias de carácter más institucional y que tienen mayor permanencia». Ambos coordinadores reconocen el potencial de la comunicación 2.0, pero cuestionan: «¿cuál es el músculo para poder desarrollar, soportar y gestionar esos canales con la enorme complejidad y diversidad que tenemos?».

– Se detecta en el estudio que las herramientas 2.0 abrieron espacios de vinculación más rápidos y fluidos con otros sectores, como por ejemplo los medios de comunicación, asociaciones, espacios asociativos intra-institucionales (bedelía), etc. Si bien los canales-espacios digitales se continúan utilizando de forma vertical y no horizontal, facilitaron el acceso a los medios de comunicación. Explican los responsables de las UC que: «cuando empezamos en 2008, no había sitio web. Básicamente la principal forma de comunicación era por los medios de comunicación. Teníamos un espacio semanal en un diario local, se hacían entrevistas semanales o cada 15 días en TV, incluso teníamos un espacio en un canal, a las 8 de la mañana iba alguien a hablar en el canal de cable local. Hoy todo eso prácticamente no lo hacemos. Hoy los medios vienen a consultarnos porque lo vieron en el Facebook de nuestra sede. Hoy nosotros no los estamos convocando como hace diez años». Otro ejemplo es la apertura de un canal-espacio de WhatsApp, a fines de 2017, volcado a un uso institucional y no personal, sobre todo con los periodistas de la región. El coordinador explica que ya se institucionalizó su uso con los medios, y que ya no los convocan por mail o telefónicamente sino a través de WhatsApp: «por ejemplo, viene el rector a Salto y se comunica a los periodistas por WhatsApp para ver si lo pueden sacar en vivo o entrevistarlos después de la conferencia de prensa por un tema puntual. Estas demandas se dispararon con WhatsApp. En el manejo con los periodistas, específicamente, WhatsApp nos cambió la dinámica en estos tres o cuatro meses que llevamos utilizándolo».

A la interna de la institución también se formaron grupos: «Tenemos un grupo de coordinadores y otro con los docentes. Con los estudiantes se optó por la estrategia de formar un grupo con integrantes de los centros de estudiantes, apostando a la ramificación de la información, ya que ellos tienen, generalmente, otros grupos a los que replicar». El coordinador explica que, en Salto, si bien el uso de WhatsApp es fundamentalmente para la difusión, se utiliza también para la coordinación: «por ejemplo, para el seguimiento de la coordinación de bienvenida Tocó venir».

Nótese que la difusión por WhatsApp a los estudiantes del centro no es otra cosa que el reemplazo del canal-espacio del correo electrónico, no hay un cambio de la práctica y el uso, sino que solo se suplanta el canal-espacio de envío de la información. En otras palabras, se observa que WhatsApp no cambió las prácticas unidireccionales ya existentes por la incorporación de las lógicas 2.0, sino que las nuevas herramientas se aplican para realizar lo mismo que se hacía de forma más rápida, directa y ubicua.

– La principal dificultad para incorporar redes sociales como Twitter, Youtube, Instagram, etc., es la falta de tiempo y recursos humanos. Los responsables de la comunicación del Cenur LN señalan que: «Más que estrategias o planificación comunicacional, intentamos dar soluciones a los problemas comunicacionales del día a día. Y no hemos abierto otros canales comunicacionales como Instagram, Twitter, u otras redes sociales porque somos conscientes que no tendríamos recursos para gestionarlos con la inmediatez que plantean las redes sociales. Si yo tengo una red social, sé que es para vincularme socialmente con los otros, tengo que responder, no puedo publicar algo y dejarlo abandonado. Para eso publicamos solamente en la página web, pero no hago una estrategia. Desde la UC hemos tratado de ser bastante cuidadosos en no abrir espacios que luego no podemos atender. Y esta decisión, a veces, sobre todo con algunos servicios o con las otras facultades que tienen carreras en Paysandú, ha sido un poco complicada de gestionar. Por ejemplo, un servicio nos dice “vamos a abrir un Facebook para tal cosa”; pero lo abre y no lo atiende, o no publica, o publican cosas que dejan abandonadas y no dan respuesta cuando la gente les pregunta. La gente entonces se confunde, cree que eso corresponde a la UC y entonces nos hace preguntas sobre lo que publicaron en otro Facebook. Y allí se genera ruido. Esta semana le dijimos a uno de los coordinadores: “bueno, si ustedes tienen información, ¿por qué no nos la proporcionan a nosotros y empezamos todos a fortalecer los mismos canales?”».

– No se ha logrado crear una comunidad importante en las redes sociales de las sedes y aún no se plantearon estrategias conjuntas de comunicación para generarlas dentro del Cenur LN debido, entre otros factores que se retomarán en el objetivo 5, a que la gestión de la comunicación de Salto y Paysandú, con una estructura pequeña en relación con las tareas que desarrollan, insume la mayoría de los recursos: «Nosotros habíamos limitado mucho la consulta vía Facebook, las planteamos como herramientas de difusión solamente. Y que las consultas llegaran por correo electrónico o vía telefónica. Ahora tenemos un recurso humano de la UC que le responde a los usuarios, pero antes no contestábamos mucho. Las consultas llegan más por mensaje privado de Facebook. Twitter no tenemos. No se fragmenta el contenido, se publica de manera indistinta. Los contenidos no son diferenciados de acuerdo con los públicos. No hemos desarrollado la capacidad organizativa de tener un diferencial de contenidos ni de estilo». La falta de capacidad organizativa tampoco les permite identificar el perfil a través de estudios o encuestas de recepción de los públicos a los que están llegando con sus canales-espacios de comunicación, y por ello replican el mismo contenido en todos los canales-espacios. Si bien no desconocen que esa estrategia les quita potencial en la difusión de la información, al no fragmentar por públicos específicos, también señalan que es la forma que tienen con los recursos disponibles de intentar llegar, como sea y por el canal-espacio que sea, a sus públicos objetivos. Como mencionan los responsables de comunicación, la complejidad del territorio genera una gran «heterogeneidad en los intereses del público y realidades bien dispares, incluso dentro del mismo servicio. Existen diferentes áreas con diversas realidades y prácticas de trabajo».

¿Cuáles son los canales–espacios comunicacionales que utilizan los estudiantes para buscar la información institucional en las sedes de Salto y Paysandú?

Respecto a los canales–espacios institucionales utilizados para informarse, se desprende de la encuesta que los estudiantes consultados, en ambas sedes, utilizan de manera regular: la bedelía, la página web de la carrera o de la facultad, la cartelera y la web de la sede universitaria (tabla 1). A continuación, se analiza en profundidad cada uno de los canales–espacios mencionados y cómo los estudiantes los utilizan para acceder a la información institucional.

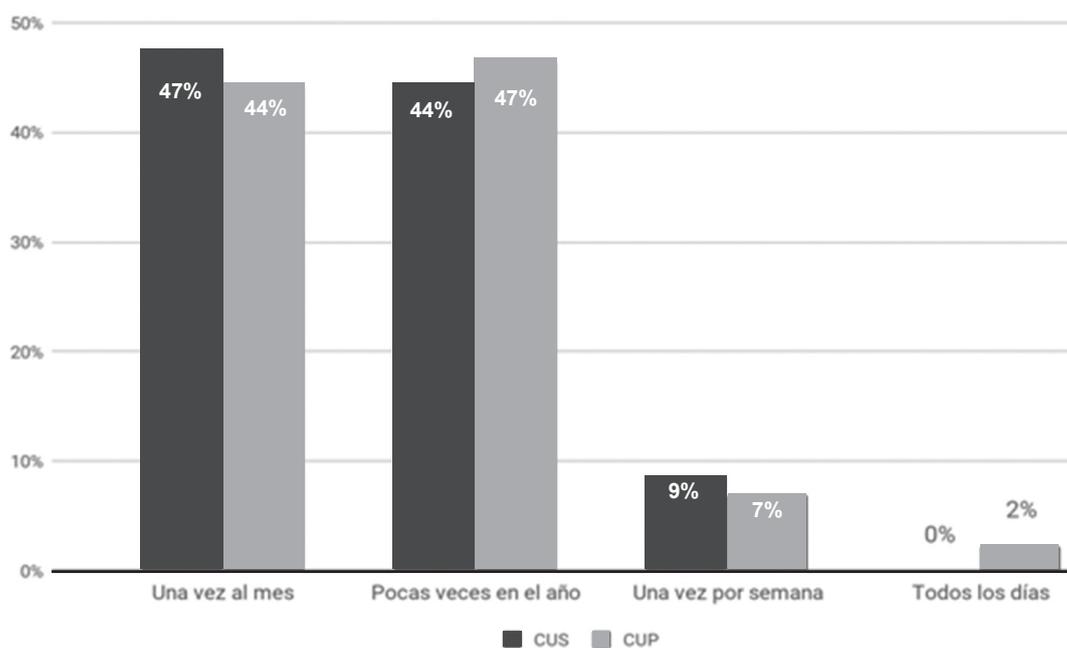
Tabla 1: Canales–espacios Cenur LN utilizados por los estudiantes para informarse

Canales institucionales	CUS %	CUP %
Bedelía	58	61
Delegados estudiantiles	52	30
Página web Carrera / Facultad	42	41
Cartelera	40	41
Facebook Carrera / Facultad	40	25
Web sede universitaria	31	28
Personalmente Coordinadores de Carrera	27	44
Mail a Coord. Carrera / Facultad	22	37
Página de Facebookde la sede universitaria	21	10
Personalmente Unidad de Comunicación	2	9

Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes de ambas sedes recurren a las bedelías casi con la misma frecuencia: menos de la mitad del estudiantado lo hace una vez al mes o pocas veces en el año, tal como se observa en el gráfico 1.

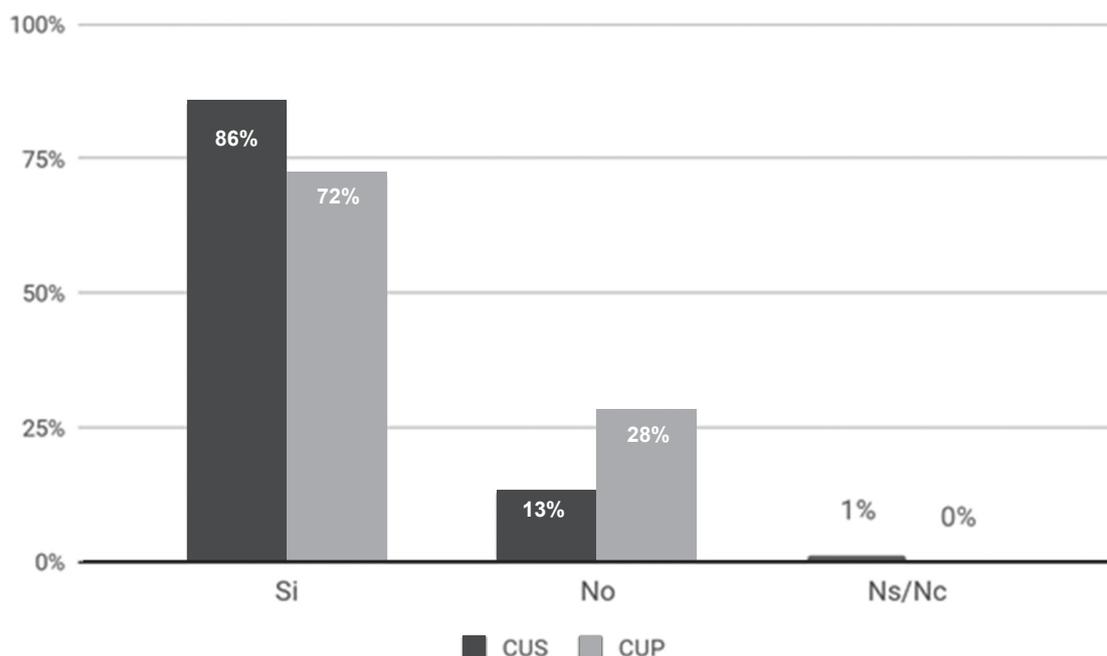
Gráfico 1: Frecuencia de consulta de la bedelía



Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes manifiestan que la información que brindan en las bedelías es de utilidad, tal como se observa en el gráfico 2. Sin embargo, en los grupos de discusión surge que bedelía es un canal-espacio «hostil» y de difícil acceso, donde los estudiantes reconocen la utilización de ciertas prácticas para hacerse de la información (ver objetivo 5). La utilización de esas prácticas podría explicar las consultas esporádicas de los estudiantes.

Gráfico 2: Utilidad de la información de las bedelías



Fuente: Elaboración propia.

Otro de los canales-espacios que arrojan los datos de la encuesta con un alto grado de consulta es la cartelera. Tal como se muestra en la tabla n.º 2 es utilizada por el 40 % de los estudiantes:

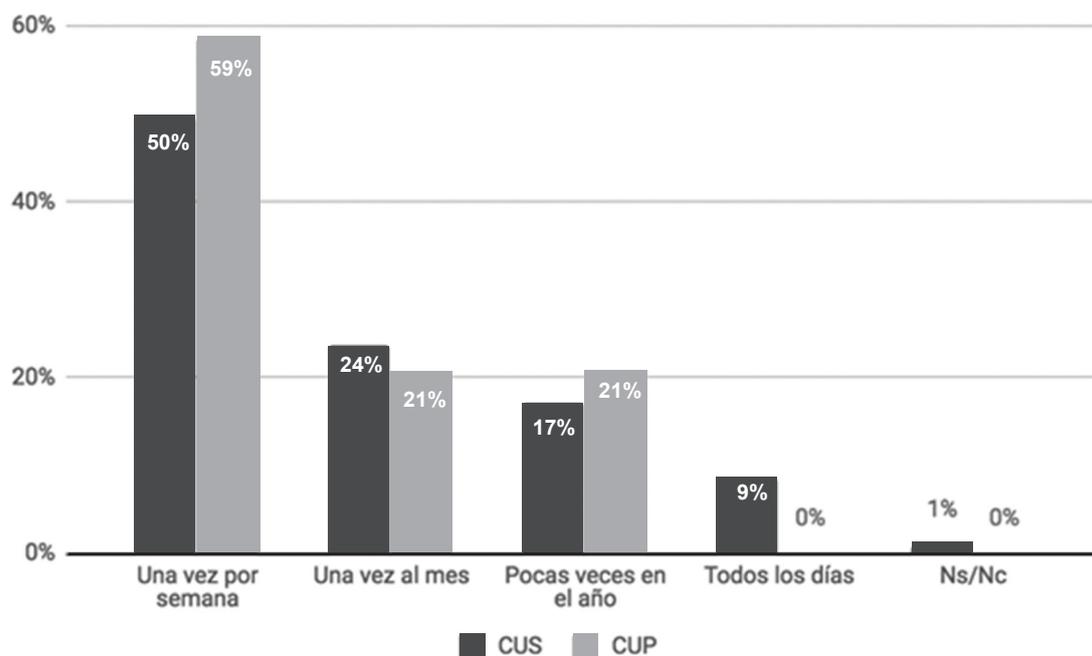
Tabla 2: Uso de las carteleras en el CUS y el CUP para informarse

	% CUS	% CUP
Sí	40,6	40,1
No	59,4	59,5
Ns./ Nc.	0	0,4
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Los datos apuntan que en ambas sedes las prácticas son similares sobre la frecuencia de consulta de las carteleras. Del 40 % de los estudiantes de ambas sedes que consultan la cartelera para informarse, más de un 50 % lo hace una vez por semana, tal como se observa en el gráfico 3.

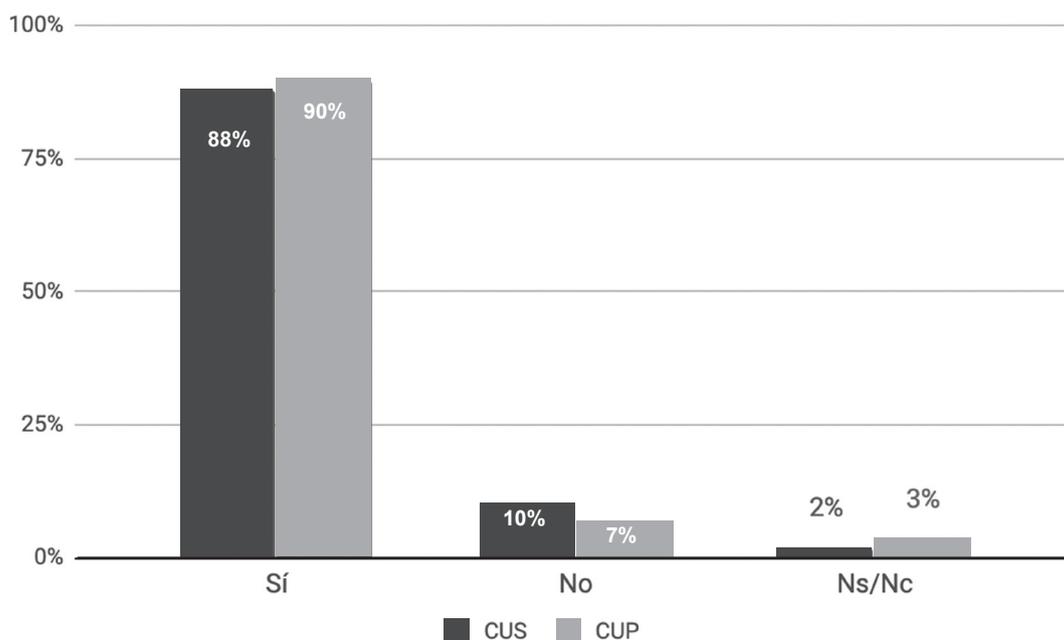
Gráfico 3: Frecuencia de acceso a información a través de la cartelera CUS y CUP



Fuente: Elaboración propia.

Del 40 % de estudiantes que consulta la cartelera, casi el 90 % de ambas sedes manifiesta que la cartelera les resulta de utilidad para informarse, tal como se desprende del gráfico 4. Sin embargo, los estudiantes advierten en los grupos de discusión algunas dificultades en la gestión de la cartelera por parte de la institución: espacios escondidos, información desactualizada, carteles que se pierden entre tanta información, entre otros (ver objetivo 5).

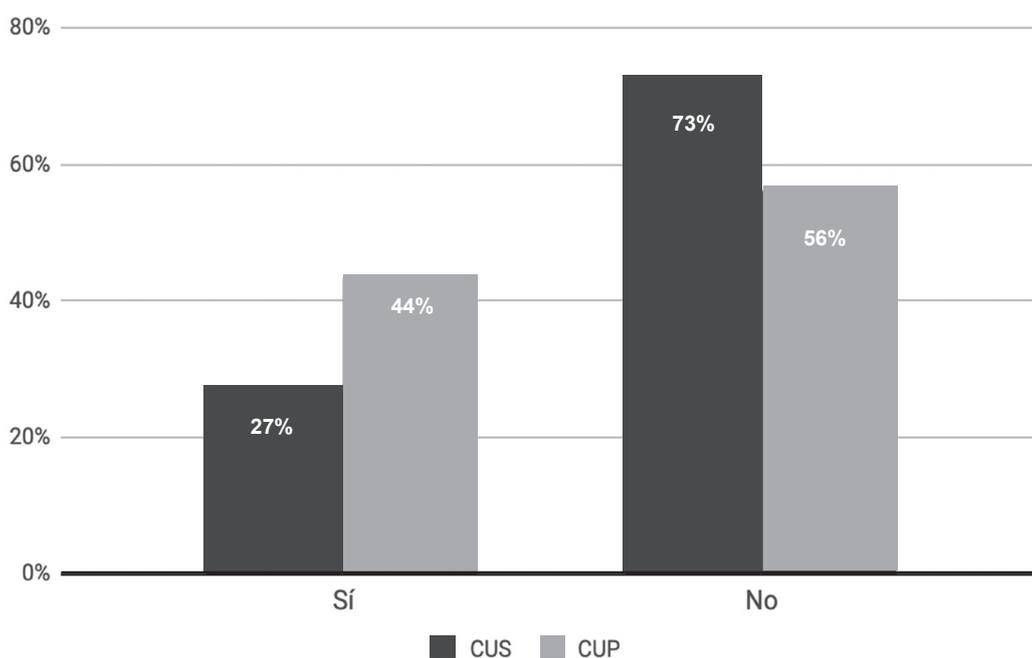
Gráfico 4: Utilidad de la cartelera para informarse las sedes del CUS y del CUP



Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes señalan en la encuesta que existe una diferencia en relación con la comunicación personal con la coordinación de carrera según cada sede, tal como se observa en el gráfico 5: para los estudiantes del CUP (43 %) y para los estudiantes del CUS (27 %).

Gráfico 5: Comunicación personal con la coordinación de carrera CUS y CUP



Fuente: Elaboración propia.

Además se les pregunta a los estudiantes que respondieron que se comunicaban personalmente con la coordinación de la carrera por la frecuencia de su consulta (tabla 3). Los resultados indican que en el CUP hay una mayor frecuencia de consulta que en el CUS. Si sumamos todos los días y una vez por semana, los datos arrojan que en el CUP un 40 % consulta a la coordinación, mientras que en el CUS lo hace un 20.6 %. Se desprende entonces que los estudiantes de la sede del CUP realizan más consultas de forma personal y con mayor frecuencia. Los datos cualitativos complementan la información de la encuesta señalando que hay diversas variables que inciden en las consultas: servicios, carreras, coordinadores, entre otros (ver objetivo 5).

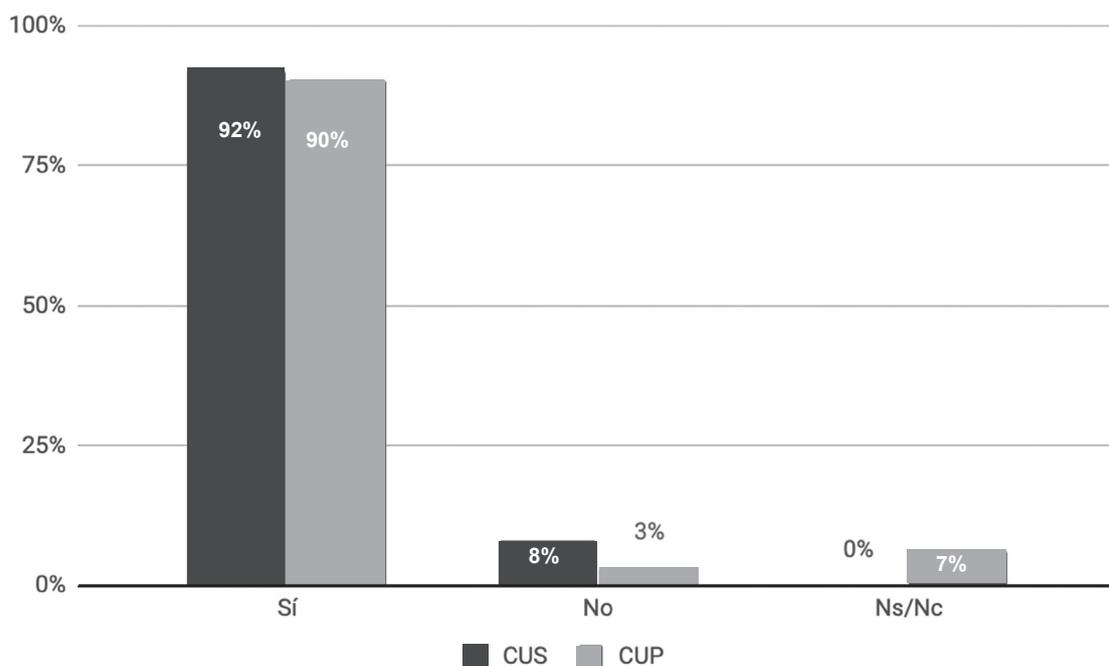
Tabla 3: Frecuencia de comunicación personal con la coordinación de carrera CUS y CUP

	% CUS	% CUP
Todos los días	5,5	6,7
Una vez por semana	15,1	33,3
Una vez al mes	31,5	30
Pocas veces en el año	47,9	30
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

La encuesta indagó, además del uso y la frecuencia de la comunicación personal con la coordinación de la carrera, en la utilidad de la información que se les proporcionaba a los estudiantes (gráfico 6). Los estudiantes señalan en ambas sedes que la información suministrada es de utilidad.

Gráfico 6: Utilidad de la comunicación personal con coordinación de carrera CUS y CUP



Fuente: Elaboración propia.

Además, se les preguntó a los estudiantes si ellos realizaban consultas vía correo electrónico a las coordinaciones de carrera. En la tabla 4 se observa que los estudiantes del CUP (36,2 %) realizan más consultas que los del CUS (21,8 %). Los datos arrojan, sin embargo, que existe un muy bajo porcentaje de consultas vía correo electrónico—en ambas sedes— por parte de los estudiantes a las coordinaciones.

Tabla 4: Consultas vía correo electrónico de los estudiantes a la coordinación

	% CUS	% CUP
Sí	21,8	36,2
No	77,4	59,4
Ns./ Nc.	0,8	4,3
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

La encuesta también muestra que otro canal-espacio de comunicación importante para los estudiantes es el sitio web de su Carrera/Facultad. Se aclara que, debido a la heterogeneidad de servicios, primero se optó por saber si tenían o no página web. Tal como muestra la tabla 5, aproximadamente la mitad de los estudiantes de ambas sedes responden que su carrera/facultad tiene un sitio web: CUS 57,3 % y CUP 53,6 %. La importancia de este hallazgo radica en que, cuando se cruzan los datos en el análisis sobre las carreras que tienen sitios web y si los estudiantes saben de su existencia, se confirma que casi el 50 % de los estudiantes de ambas sedes desconoce el sitio web de su servicio. Se observa entonces que si se cruzan los datos de la variable sitios web de las carreras con la respuesta de los estudiantes (de si saben o no que su carrera tiene un sitio web), se puede apreciar que las respuestas negativas alcanzan a todas las carreras que ofrece el Cenur LN. En los grupos de discusión se profundiza sobre el interés de la información que brindan los sitios web de las Carreras/Facultad (ver objetivo 5).

Tabla 5: ¿La Carrera/Facultad tiene página web?

	% CUS	% CUP
Sí	57,3	53,6
No	27,3	31,9
Ns./ Nc.	15,2	14,5
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Entre los estudiantes que contestaron que sabían de la existencia de la página web de su servicio se buscó saber si accedían o no para buscar información. Tal como se muestra en la tabla 6, los estudiantes del CUP buscan más información (75% de quienes dijeron conocer el sitio web) que los del CUS (57% de quienes dijeron conocerlo), con una frecuencia de acceso baja (20% aproximadamente); y solo lo harían cinco de cada diez estudiantes que conocen la web en ambas sedes. Sin embargo, en los grupos de discusión surgen dinámicas y lógicas de información que dan sentido a los datos de la encuesta (ver objetivo 3).

Tabla 6: Acceso a página Web de Carrera/Facultad para informarse CUS y CUP

	% CUS	% CUP
Sí	57,3	75,7
No	27,3	21,6
Ns./ Nc.	15,2	2,7
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

También se indagó si los estudiantes sabían de la existencia (o no) de una cuenta de Facebook en su Carrera/Facultad. La tabla 7 muestra que ocurre prácticamente lo mismo que en el caso del conocimiento de una página web del servicio: aproximadamente la mitad de los estudiantes respondió que sí en ambas sedes.

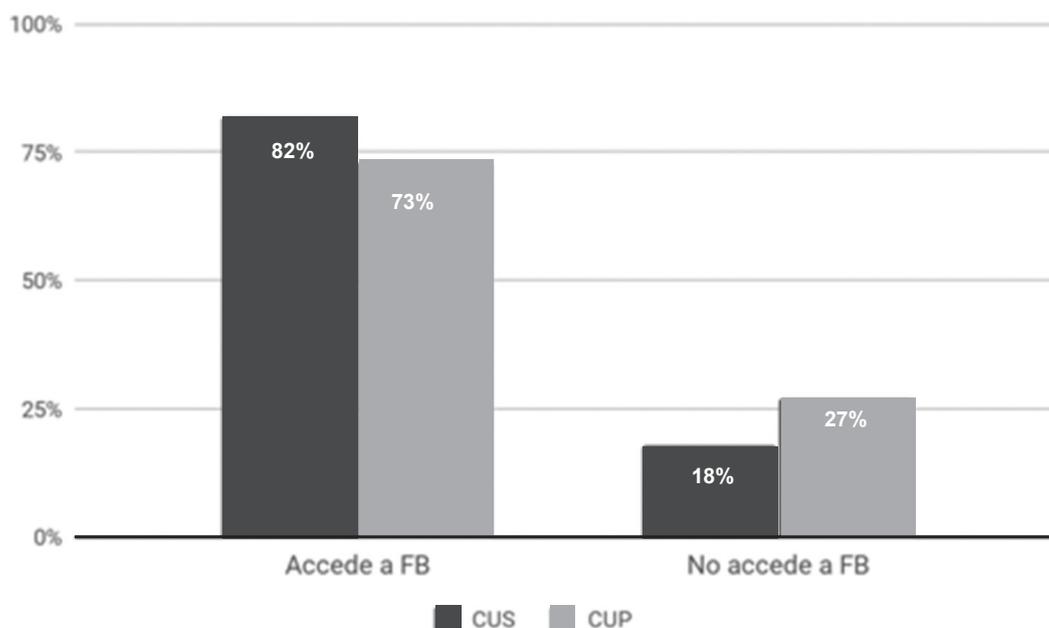
Tabla 7: La Carrera/Facultad cuenta con página de Facebook CUS y CUP

	% CUS	% CUP
Sí	50,8	42
No	34,7	30,4
Ns./ Nc.	14,5	27,5
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

De aquellos estudiantes que respondieron conocer la existencia de una cuenta de Facebook en su Carrera/Facultad, se indagó sobre su acceso para informarse. Tal como arroja el gráfico 7, el porcentaje de acceso es alto: para ambas sedes, aproximadamente ocho de cada diez estudiantes que conocen la cuenta de Facebook contestaron que accedían al Facebook institucional.

Gráfico 7: Acceso al Facebook de su Carrera/Facultad para informarse CUS y CUP



Fuente: Elaboración propia.

La frecuencia de acceso para informarse de los estudiantes que conocen la cuenta de Facebook de su carrera/facultad, tal como surge de la tabla 8 es: seis estudiantes aproximadamente de cada diez lo hacen regularmente y uno de cada cuatro lo hace diariamente.

Tabla 8: Frecuencia de acceso al Facebook de su Carrera/Facultad para informarse CUS y CUP

	% CUS	% CUP
Todos los días	26,4	26,3
Una vez por semana	40,6	31,6
Una vez al mes	26,4	36,8
Pocas veces en el año	6,6	5,3
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Se les preguntó a aquellos estudiantes que indicaron conocer las cuentas de Facebook de su Carrera/Facultad si la información que allí se publicaba les era útil: ambas sedes manifiestan que les es útil 92,5 % CUS y 100 % CUP (tabla 9). Sin embargo, en los grupos de discusión los estudiantes revelan que tiene poco interés para ellos las publicaciones del Facebook de las sedes (ver objetivo 5).

Tabla 9: Utilidad de la página de Facebook de su Carrera/Facultad

	% CUS	% CUP
Sí	92,5	100
No	7,5	0
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Cuando se pregunta a los estudiantes si realizan consultas en el Facebook de su Carrera/Facultad, la amplia mayoría, en ambas sedes, manifiesta que no lo hace: cerca del 70 % CUP y más del 80 % CUS (tabla 10). Este dato es relevante porque muestra cómo las redes sociales dispuestas para la comunicación bidireccional y participativa no generan interacción. Los estudiantes en los grupos de discusión manifiestan que la información institucional no les resulta de interés ni atractiva y que la gestionan y buscan por fuera de los canales 2.0 que propone el Cenur LN (ver objetivo 3, 4 y 5).

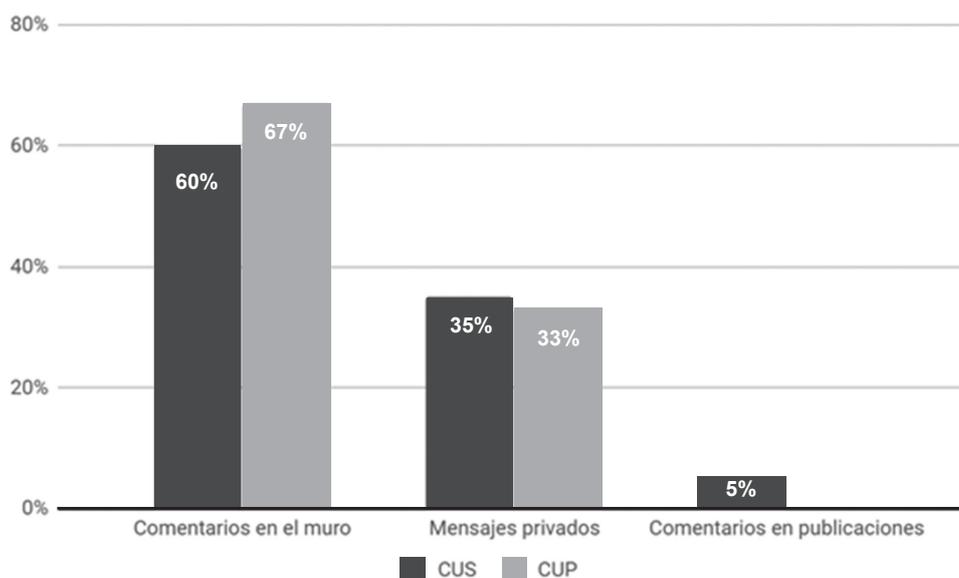
Tabla 10: Consultas a la página de Facebook de su Carrera/Facultad

	% CUS	% CUP
Sí	18,9	31,6
No	81,1	68,4
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

De los pocos estudiantes de ambas sedes que respondieron afirmativamente realizar consultas en la cuenta de Facebook de su Carrera/Facultad, se les preguntó de qué manera lo hacían: entre seis y siete estudiantes de cada diez realizan «comentarios en el muro», tal como se observa en el gráfico 8.

Gráfico 8: Formas de consultar página de Facebook de su Carrera/Facultad CUS y CUP



Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes de ambas sedes que manifiestan realizar consultas en el Facebook de su Carrera/Facultad afirman, casi en su totalidad, que sus inquietudes fueron respondidas (tabla 11). En los grupos de discusión surge que, en general, son los delegados o referentes estudiantiles quienes consultan o averiguan dentro de la institución sobre los temas que le interesa a los estudiantes; y que luego lo difunden al resto de sus compañeros por plataformas 2.0 (ver objetivo 3 y 5), dato que contextualiza y explica el bajo porcentaje de consultas.

Tabla 11: ¿Responden las consultas desde el Facebook de su Carrera/Facultad CUS y CUP?

	% CUS	% CUP
Sí	95,5	83,3
No	5,0	16,7
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Otro de los canales-espacios de comunicación para obtener información referida a cuestiones de la carrera son los delegados estudiantiles de clase. Los resultados muestran que solo la sede de Salto tiene delegados estudiantiles de clase, que surgen mediante el voto de los compañeros del aula, que están respaldados institucionalmente en ese rol y que cumplen la función de nexo entre la institución y los docentes con sus compañeros de clase. Uno de los hallazgos más interesantes del presente estudio es que en el caso de Paysandú no existe la figura del delegado, pero sí su función. Si bien ambas figuras, referentes y delegados, gestionan información institucional entre los estudiantes en los grupos de WhatsApp, existen diferencias sustanciales entre ambas figuras. El referente no es elegido por sus compañeros para que cumpla con esa función, sino que un estudiante de la clase, por diversas variables (por intereses, por tener mayor edad, por participar en el centro de estudiantes o en otras actividades, por convicción, etc.), asume implícitamente el rol de lo que llamamos en este estudio «referente estudiantil», cumpliendo así con las mismas funciones que un delegado.

Sin embargo, el referente no está legitimado por la institución y debe ganarse la legitimidad ante el grupo a partir de sus prácticas informativas y comunicativas. La equivocación o errores en la difusión de la información en el caso de los referentes implica el riesgo de deslegitimación ante sus pares, a diferencia de la figura del delegado que es respaldado por la institución más allá que logre legitimarse o no ante sus compañeros.

En los grupos de discusión un referente de Paysandú señala: «A mí me pasa, que soy más grande y parezco la madre. “Ay, chiquilines, ¿se anotaron? ¿Completaron la fórmula? ¿Miren que es el último día!”. Y te responden: “Y, ¿dónde se hace? ¿Dónde busco el *link*?”. Y la información se pasó unas cincuenta veces en el grupo, de verdad, es como medio estresante. Pero cuando te equivocás, medio que te caen todos si te olvidaste de decir algo». También se observa que los docentes identifican a esos referentes de clase y les envían la información para que la difunda entre sus compañeros, llegando incluso la institución a identificarlos y mantener la misma relación que tiene Salto con sus delegados. Los referentes estudiantiles de

clase en Paysandú son legitimados entonces por sus propios compañeros, así como por los docentes y la sede. Su compromiso es legitimado por sus prácticas y muchas veces lo que dice es «palabra santa» ante sus compañeros, como surge de los grupos de discusión (ver objetivo 3).

Los referentes y delegados adquieren más relevancia cuando se les pregunta en la encuesta por dónde consideran que los estudiantes obtienen mayor información, tal como se muestra en la tabla 12. Las figuras estudiantiles tienen más peso que la institución en la comunicación e información, lo que también se confirma en los grupos de discusión.

Tabla 12: Consideras que los estudiantes se informan más por:

	% ambas sedes
Por los medios que ofrece la institución	6,6
Por sus propios medios	35,7
Por ambos	55,9
Ns./Nc.	1,8
Total	100,0

Fuente: Elaboración propia.

La importancia del dato sobre ambas figuras (referentes y delegados) se profundiza en los grupos de discusión, donde se confirma que son un punto nodal en la distribución de la información, tal como se describe en los objetivos 3, 5 y 6. La tabla 13 muestra que la mayoría de los estudiantes (nueve de cada diez en CUS y siete de cada diez en CUP) afirman recibir información de los referentes y delegados estudiantiles.

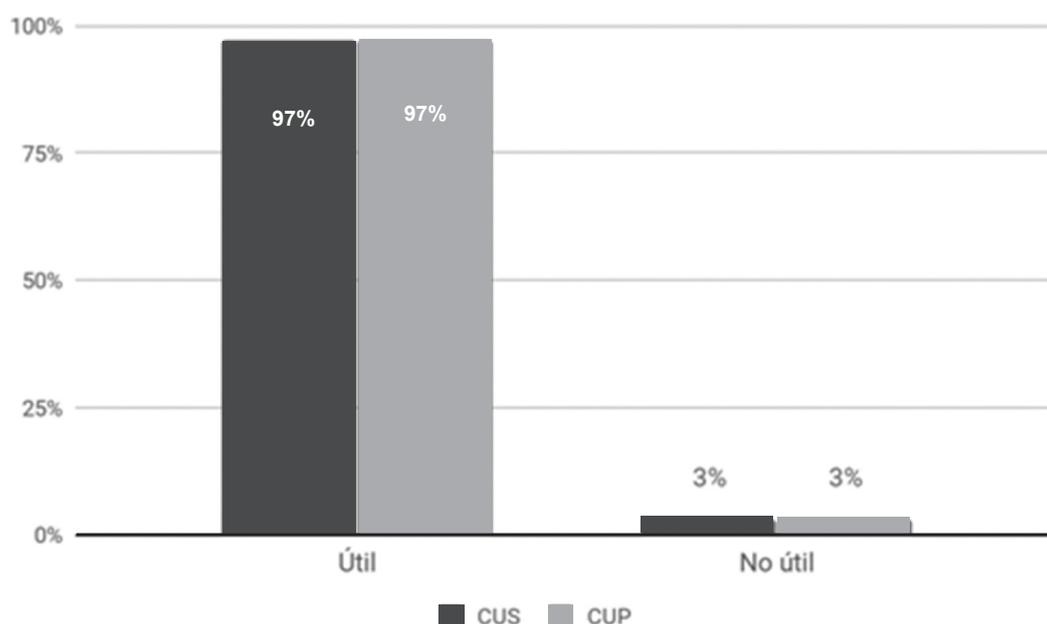
Tabla 13: ¿Reciben información por parte de delegados estudiantiles?

	% CUS	% CUP
Sí	90,3	72,3
No	9,7	27,7
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

También se les consultó a los estudiantes si la información que recibían de los referentes y delegados les resultaba útil. En el gráfico 9 se muestra que el 97 % de los estudiantes de ambas sedes respondió que la información proporcionada por esas figuras les era muy útil.

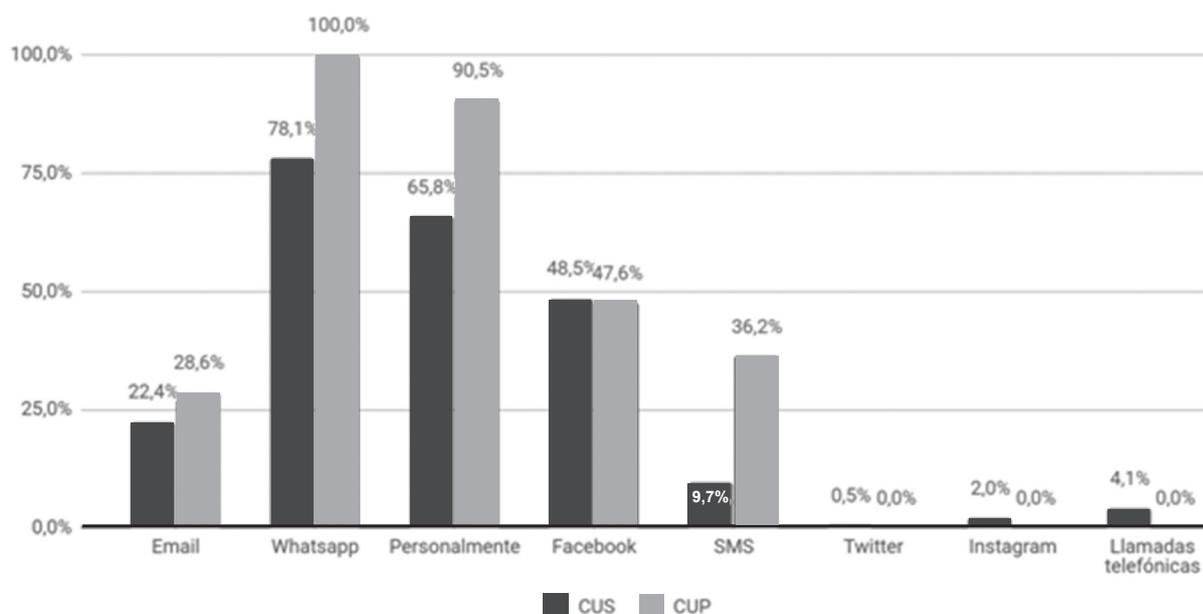
Gráfico 9: Utilidad de la información brindada por delegados estudiantiles



Fuente: Elaboración propia.

Por último, se buscó medir a través de qué canales–espacios los referentes y delegados estudiantiles difunden la información al resto de sus compañeros. El gráfico 10 muestra la gran relevancia de WhatsApp como primer canal–espacio de difusión de la información (78,1 % CUS y 100 % CUP), seguido por la comunicación personal (65,8 % CUS y 90,5 % CUP), y por el Facebook (48,5 % CUS y 47,6 % CUP). En los grupos de discusión se confirma la preponderancia de WhatsApp, así como una gran complejidad en la forma de gestionar la información a partir de un conjunto de prácticas y lógicas comunicacionales que conllevan reglas y códigos que se gestionan dentro de la comunidad estudiantil. Los referentes y delegados estudiantiles se erigen en gestores de la información y la comunicación y se constituyen como una figura clave en la difusión de la información, tanto entre sus compañeros como con los docentes y dentro de la misma institución (ver objetivo 3, 5 y 6).

Gráfico 10: Canales-espacios utilizados para comunicarse con los delegados estudiantiles



Fuente: Elaboración propia.

¿Cómo se relacionan los estudiantes a través de Internet?

Los resultados de los objetivos 3 y 6 se enuncian de manera conjunta, ya que se detectó en el estudio que las herramientas tecnológicas que usan los estudiantes para comunicarse establecen, al mismo tiempo, estrategias, prácticas y lógicas relacionales diversas y diferenciadas con los docentes, la institución y entre los estudiantes.

Tal como se desprende del objetivo 2, la encuesta arrojó que las herramientas tecnológicas que más utilizan los estudiantes para comunicarse, en ambas sedes, son: WhatsApp, personalmente, Facebook y correo electrónico; y que plataformas como Instagram y Snapchat tendrían una muy baja incidencia entre los estudiantes.

Los datos duros de la encuesta muestran que casi la totalidad del estudiantado está vinculado a algún grupo de WhatsApp entre pares (99,2 %) para comunicarse e informarse sobre temas relacionados con la carrera. Los resultados arrojan los cuatro canales-espacios más utilizados: WhatsApp (99,7 %), personalmente (94,8 %), correo electrónico (75,3 %), Facebook (70,1 %). En los grupos de discusión se profundiza en la utilización y prácticas comunicacionales de los principales canales-espacios que surgen de la encuesta, y se observan importantes variables:

a) Los estudiantes recurren como primera opción a dos canales-espacios (WhatsApp y personalmente) y el resto fueron marcados como segunda opción (se les pedía un orden de priorización en la selección de los canales-espacios para comunicarse), lo que muestra una importante fragmentación tecnológica utilizada por los estudiantes para informarse y comunicarse entre pares.

b) Las prácticas y lógicas comunicacionales cambian luego de cursar el primer año de la carrera.

c) Las generaciones más antiguas (que solo cursan las asignaturas que les faltan y/o circulan menos por la Udelar) se integran a los grupos de WhatsApp de las generaciones más recientes para mantenerse informadas.

d) La diferencia entre personalmente y virtual son categorías de análisis que se propusieron para el estudio, pero que los estudiantes no siempre las reconocían como categorías diferenciadas. Eso explicaría datos como que WhatsApp es elegido (cuando se les pide que prioricen) como el primer canal-espacio utilizado para comunicarse entre pares (69,2 %) seguido de la comunicación personal (23,4 %). Si se observa, en los datos generales, sin el filtro de la priorización, WhatsApp arroja 99,7 % y personalmente 94,8 %.

En los grupos de discusión, los estudiantes afirman que casi no utilizan el correo electrónico y que el Facebook no se usa: «Nosotros tenemos un grupo (Facebook), pero no lo usamos», apunta un estudiante, y alguien más agrega: «Yo me acuerdo cuando entré a la universidad, en primero había un grupo de EUTM y se pasaba toda la información por Facebook pero... creo que después, cuando yo estaba en segundo, ya no se usó». Otro estudiante contextualiza la situación de su curso: «Nosotros tenemos un grupo de información en Facebook que pasamos mucha información. A veces los profesores le pasan a una persona muchas diapositivas y en vez de pasarlos a WhatsApp, lo pasan directo a Facebook. Entonces, de ahí bajamos la información». Cuando se les pregunta si es una práctica regular poner diapositivas que envían los profesores, responden que no, que depende de la materia: «A veces se usa. Casi siempre es WhatsApp».

También se detecta en los grupos de discusión que hay asignaturas en las que los docentes comparten los materiales a través de Facebook: «En Psicología no usamos WhatsApp, al menos mi generación no tiene grupo de WhatsApp de toda la clase. Usamos mucho Facebook. Y ahora que estamos con optativas sí, generalmente, al menos en las que yo estoy, hay un grupo de WhatsApp por cada optativa con el docente». Además comentan que en Salto, los delegados son administradores de grupos cerrados de Facebook. Sin embargo, todos coinciden que hay una fuerte migración a WhatsApp, incluso de las generaciones que comenzaron usando Facebook. Por otra parte, WhatsApp sería el canal-espacio donde estarían convergiendo la información de todas las plataformas: mail, Facebook, carteleros, bebedías, etc., ya que los estudiantes avisan o envían por allí copias de pantallas o fotos de la información que circula por otros canales-espacios: «Sí, por WhatsApp avisamos todo. Tenemos un grupo y ahí es donde se manda toda la información, todas las dudas. Desde las fechas, desde horas, los salones, todo se manda acá, todo».

Como señalan Lalueza, Crespo y Camps (2008), la inclusión de nuevas prácticas asociadas al uso de las TIC pone en juego elementos que suponen el desarrollo de algunas habilidades distintas a las requeridas en la lectura y escritura clásicas, al tiempo que constituyen en sí nuevos marcos de socialización y de vinculación a redes sociales.

Los nuevos marcos de socialización y vinculación que permite o habilita WhatsApp se sostienen en la rapidez, la instantaneidad y, recientemente, la plataforma permite enviar archivos multimedia, sustituyendo así a los correos electrónicos, el espacio de Educación Virtual de Aprendizaje (EVA) y Facebook, entre otros. Se les pregunta en el grupo de discusión si el canal-espacio de comunicación sería WhatsApp en relación con los comentarios que surgieron y todos acuerdan que sí: «Por ejemplo, tenemos profesores que están “chapados a la antigua”, por llamarlo de alguna manera, que piden que por WhatsApp no les escriban, solo a EVA. Con una profesora nos pasó. De todas las que tenemos, solo una, ¿no? Pero nos pasó». Los estudiantes plantean entonces que los docentes conforman los grupos de WhatsApp, con prácticas relacionales diferenciadas —como se explica más adelante—, porque es más rápido y directo que EVA: «Cualquier cambio que haya te avisan y vos podés avisarle al grupo enseguida. Si no, te quedás a veces... o no te conectaste a EVA, o no abriste el correo... Por EVA a veces demoran en contestarte el mensaje varios días. O no anda bien... Además, por WhatsApp, te das cuenta si llega el mensaje enseguida, y si no llega, entonces, buscás otro medio. Es como una fuente instantánea. Pero no solamente información enviás, también material, porque por WhatsApp mandás archivos». Otro estudiante agrega: «Sí, podés mandar fotos... Los docentes nos pasan archivos, trabajos, pasan todo por ahí». Otro estudiante explica que: «lo que pasa que ahora como se reformó (WhatsApp) se puede pasar diapos, también te pasan diapos por ahí. Ya como que el mail ahora es menos también».

En resumen, se observa entonces que en los grupos de discusión las herramientas de información y comunicación como Facebook y el correo electrónico son muy poco utilizadas; y los estudiantes coinciden que su uso se da en el primer año de la carrera, que luego la mayoría migra a WhatsApp por las comodidades (rapidez, sencillez e instantaneidad) que brinda esa herramienta.

A continuación se describen las prácticas relaciones de los estudiantes en relación con los canales-espacios de comunicación entre pares, docentes y la institución universitaria que arroja el estudio.

Prácticas relacionales

Las prácticas relacionales de los estudiantes en torno a los canales-espacios de información y comunicación entre pares, tal como se desprende de la encuesta, muestra que WhatsApp y personalmente son las formas elegidas por casi la totalidad de los estudiantes (99,2 %). La mayoría de los estudiantes comparte entre 3 y 5 grupos de WhatsApp a través de los que circulan temas relacionados con la gestión curricular de la carrera. Los datos que arroja la encuesta coinciden con los del perfil del internauta uruguayo 2018 del Grupo Radar³: «WhatsApp es la plataforma usada por casi todos los que chatean, y casi eliminó a Skype para hablar. Cada usuario de WhatsApp está en promedio en casi cinco grupos pero tiene silenciados a más de la mitad». Otro dato de informe de Radar que se comprueba en los grupos de discusión relacionados con la conexión es el uso del *smartphone* o teléfono inteligente. Para Radar, el *smartphone* es el dispositivo más usado por el 84 % de los usuarios de internet, lo que contribuye a la diversificación de los lugares de conexión: tiempos muertos, transporte público, bares, etc.; y casi la totalidad de los usuarios de internet se conecta desde un móvil». Los estudiantes, sin embargo, confirman en los grupos de discusión que el porcentaje de conexión y uso de los teléfonos móviles es casi del 100 % (ningún estudiante recordaba a algún compañero que no tuviera un *smartphone*).

³ Recuperado de <<https://goo.gl/mgBpMg>>.

Relación estudiantes–estudiantes

Los datos cuantitativos y cualitativos del estudio señalan que WhatsApp es el principal canal–espacio por el que circula la información y comunicación entre los estudiantes (ver objetivo 5). Los grupos de discusión así lo confirman: «Yo creo que todo pasa por WhatsApp, por más que suban a EVA o lo pasen por mail, o sea, pasa todo por ahí (WhatsApp) y de allí se redirige la información a otros grupos generales o fragmentados». Otro estudiante confirma lo dicho: «Yo estuve un año sin WhatsApp y no me llegaba nada, no me enteraba de nada, los salones, las clases se suspendían y venía días que no había clase... fue un caos. Mi primer día de práctica, fui a práctica y estaba sola en el salón porque se me había roto el celular y pasó una mujer y me dijo: “mira, por las dudas, que la licenciada tanto no va a venir hoy”. Y cuando revivió mi celular, me cayó toda la información». Se les pregunta entonces si la vida sin celular les resulta caótica y no dudan de responder al unísono: «sí». Alguien agrega: «No tenés vida. No tenés manera de enterarte».

El celular además se transformó en la pantalla principal de trabajo, reemplazando en algunos casos a la computadora o sustituyéndola: «Hay muchos estudiantes que vienen y solo tienen una computadora en la casa, porque tampoco pueden... no tienen *laptop* y hasta que no se van a su casa no tienen acceso a una computadora. Entonces, lo que pasó con WhatsApp ahora que permite pasar PDF, ponerle las diapos, es que todo es mucho más fácil. Mirás desde el celular, nada más. He pasado diapos una cantidad del celular a la cuaderola. Yo trabajo desde ahí, no tengo compu así que... es mi herramienta».

Los estudiantes confirman que trabajar en el celular utilizando la plataforma WhatsApp es una práctica cada vez más generalizada: «Ponés WhatsApp web y pasás las diapos, no tenés que guardar en el celular... y cada uno lo descarga, entonces está bueno», comenta un estudiante y otro completa la información: «Con esa facilidad (WhatsApp) también me parece que abrió más las puertas a tanto uso, ¿no? Porque es como que muy accesible a todo. Ahora se transformó WhatsApp, cada vez va perfeccionándose». Otro estudiante se queda pensando y explica: «Es cierto, hay mucha gente que viene... que son de lugares que no tienen su casa con su computadora, la verdad que es importante», y otro compañero confirma: «Es verdad, es verdad. Yo tengo compañeras que son cinco en la casa y tienen una sola computadora, entonces eran las cinco estudiantes y a veces se complicaba el pasaje de una sola computadora para todas». Para ellos el celular es más que una herramienta de comunicación, es también la principal herramienta de trabajo en algunos casos. Alguien comenta que trabajar desde el celular solucionó problemas como los que surgían con la entrega de trabajos en la plataforma de EVA: «¿Y EVA?, yo lo que sufrí con los trabajos que tenías que hacer, que tenías tiempo... Vivía en una residencia y era tipo: “bueno, gurisas, tenemos una hora. Primero vos, después vos”. Porque si se carga mucho, moría y se cerraba y perdías todo. Entonces tampoco era muy... Bueno, EVA tiene un problema, que en la madrugada no funciona. Ponele de 1 a 6 am marchaste. Te querés conectar y no hay chance».

Los grupos de WhatsApp de clase tienen reglas claras respecto a la información que se comparte y la que debe quedar afuera. Se les pregunta si la información y la comunicación que circula por los grupos de WhatsApp está reglada, si hay códigos, y todos responden que sí. «Pero son reglas que no tenés que ponerlas, ya sabés que no vas a poner el video del perrito en el grupo. A nadie le interesa eso. (Risas) El perro perdido, no. Ya estamos grandes». También explican que cada grupo de WhatsApp tiene códigos distintos: «Porque está el grupo con los amigos, el grupo con el docente, la generación, con cada uno de ellos existen como códigos distintos. O el código se aplica, porque en realidad a nosotros nos pasó que lo fuimos corrigiendo: esto no, esto tampoco, bromas que no correspondían...» Alguien apunta en el grupo que también las reglas tienen que ver con el número de personas que integran un grupo de WhatsApp: «A nosotros, que somos una cantidad, nos pasa que el 80 % es puro bolazo de conversaciones entre cada uno; y el otro 20 % es productivo». Cuando los grupos son tan numerosos, la figura del referente estudiantil es clave, porque el resto identifica la información como válida y no se la cuestionan como un «bolazo». Así lo explicaba un estudiante: «Cuando escribe Vale, ella sabe muchas cosas de acá, que las siglas, que las

cosas, entonces si ella decía: “hay paro de AFFUR, hay paro...”. Entonces ella empieza a explicar: “AFFUR significa no sé qué”. O le preguntan “Vale, ¿me explicás tal cosa?”. Entonces, siempre la tienen a ella para cualquier duda...». El resto confirma lo dicho y aseguran que siempre hay 2, 3 o 4 que son referentes en grupos numerosos (150 personas) que dicen algo «y es la posta». También afirman que los grupos de WhatsApp de los estudiantes pueden incorporar alguna información extracurricular, pero que no influye en las temas que consideran importantes: «A nosotros, con Derecho, nos pasa de tener un grupo que es solo de la clase, solo de la generación en sí, y ahí se pasa la información... pero no queda solo en información (curricular), sino que si alguien va a un baile y pasa fotos de que fueron juntos y esas cosas, igual no desvirtúa lo importante, no se va de la rama tanto, sino que en el momento que hay que estar para eso...». Y otro estudiante agrega: «En el momento que se habla del tema, se habla del tema. Sí, lo mismo».

La figura del referente estudiantil es propia de Paysandú, como se explicó en el objetivo 2, ya que en la sede de Salto se eligen delegados estudiantiles. El grupo de discusión en Paysandú está conformado por referentes estudiantiles contactados por la UC a través de los coordinadores de carreras, que los tienen perfectamente identificados. Se les pregunta a los referentes (Paysandú) cómo un estudiante asume esa responsabilidad: difundir la información institucional entre sus compañeros, docentes o con la institución. Uno de los referentes responde: «Y, hay veces como que no asumís, te eligen». Otro confirma y agrega: «O hay que hablar por tal cosa y alguien dice “que vaya fulana, a ella le gusta hablar”». Un referente explica: «A mí me ha pasado, por ejemplo, que por mi interés vengo a averiguar cosas y termino informando: “Gurises, miren que yo averigüé por mi lado y les va a ser útil a todos saber esto”. Capaz que generalmente somos los más inquietos los que más preguntamos... Y ta, mandás la información, la largás en el grupo y nadie más se preocupó. Lo tuyo es palabra santa. Después tenés el cartel: “¿vos tenés idea de tal cosa? Porque siempre sabés todo”. O “¿cómo es esto?”».

Los referentes también son conscientes de la gran responsabilidad que implica erigirse como responsables de gestionar la información: «a veces sentís que... ¿y si lo digo mal? Te cae una carga de responsabilidad, podés haber interpretado mal. A veces se utiliza el: “no estoy 100 % seguro” o “pueden averiguar”. O “a mí me parece que...”». El resto del grupo ríe y alguien aporta: «Es como que los demás se descansan en vos». Se les pregunta entonces si el resto de los compañeros confían en ellos y si validan la información que envían de alguna manera: «Por ejemplo, nosotros, cuando pasamos una información, como muchas veces se miente (a veces mienten algunos por broma o algo) te dicen: “bueno, ¿con quién averiguaste? ¿Quién te dijo?”. Y ahí, casi siempre, pasamos captura del mensaje del profesor o algo que confirme, o un audio, para que crean que realmente es así»: Otro referente agrega: «Yo siempre paso la captura para que sepan que es del profesor, o un audio» y otro confirma: «Sí, es importante el *print*». Todos coinciden en que los compañeros saben «que hay gente que realmente es confiable». Un referente agrega: «yo no escribo nunca en el grupo, solo para avisar algo». Y otro dice que cuando envían algo es «palabra santa».

Relación estudiantes–docentes

En los grupos de discusión surge que las prácticas relacionales a través de WhatsApp no solamente se instituyen y constituyen entre los estudiantes, también entre estudiantes y docentes. Tales prácticas y lógicas de comunicación son un hallazgo en este estudio. Los referentes y delegados estudiantiles explican en los grupos de discusión que: «Por ejemplo, en WhatsApp hay que diferenciar lo que es la comunicación con los compañeros de los docentes. Muchas veces, entre los compañeros, tenemos que terminar consultando con los profesores para confirmar algo», y otro estudiante agrega: «Sí. Hay grupo con los do-

centes y grupo con los estudiantes». Los datos de la encuesta confirman que los estudiantes y los docentes utilizan WhatsApp como canal-espacio para comunicarse y difundir la información (ver objetivo 3).

Se buscó profundizar en los grupos de discusión cómo se establecen las relaciones entre estudiantes y docentes en WhatsApp y se constataron al menos dos formas: a) compartiendo docentes y estudiantes un mismo grupo de WhatsApp y; b) a través de un intermediario, en general el referente o delegado estudiantil, tal como surge del grupo de discusión: «tenemos una docente que a ella le gusta comunicarse con todo el curso y tenemos un grupo de WhatsApp donde están todas mis compañeras y ella. Después están los docentes que prefieren comunicarse personalmente con nosotros y nosotras difundimos al grupo». A continuación se describen las relaciones a) y b).

a) Docentes-estudiantes (mismo grupo WhatsApp)

En el primer caso, el docente crea el grupo con los estudiantes porque prefiere una comunicación directa con todo el curso. Surge de la charla que los docentes difunden información y materiales de clase en esos grupos: «Tenemos algunos grupos de WhatsApp con distintos profesores, ellos crean el grupo para publicar cosas, mandar cosas ahí y ta». Se desprende del grupo de discusión que los docentes también envían información extracurricular: «Los profesores nos mandan de que hay beca, por ejemplo, para sortear entre todos». Si bien los estudiantes confirman que no todos los docentes conforman o integran grupos de WhatsApp, la mayoría acuerda que es una práctica cada vez más extendida: «Nosotros tenemos un grupo de WhatsApp con el docente de la práctica, pero ta, si no, no». Otro referente reafirma lo dicho: «En Psicología no se usa. Al menos mi generación no tiene grupo de WhatsApp de toda la clase. Usamos mucho Facebook. Pero ahora que estamos con asignaturas optativas sí, generalmente, al menos en las que yo estoy, hay un grupo de WhatsApp por cada optativa con el docente».

Otra variable para la conformación de un grupo docente-estudiantes también puede estar relacionada con la necesidad de informar de forma urgente cuestiones del funcionamiento diario para la dinámica de la clase: «Por ejemplo, lo que pasa es que nuestra carrera tiene una particularidad, que nosotros no tenemos el centro acá (en la sede). Siempre tenemos prácticas o en la plaza o... siempre estamos en la vuelta. Entonces, como que implica muchas cosas (el clima, por ejemplo), y necesitás estar en comunicación con el docente... A veces no hay salón o se va cambiando y es urgente comunicarlo al grupo. A veces te dicen "no tenemos salón, nos vamos para tal lado". Y ahí lo tenés que estar comunicando. Es un tema. O a veces faltando cinco minutos. Nos pasó una vez que teníamos en River y fuimos al Irene Sosa, que es bastante lejos, y era un parcial. Entonces, dejaron un papel escrito "Estamos en Irene Sosa". Y después pusimos en el grupo de WhatsApp. Nicolás no tenía WhatsApp y no lo vio».

La variable numérica del curso muchas veces es determinante para que el docente participe o no del grupo de WhatsApp. En general participan cuando son grupos pequeños y no cuando son grupos masivos, más de cien personas. Los referentes explican que el mayor ingreso de estudiantes a la universidad cambió las prácticas de comunicación que antes eran personalizadas, en el espacio del aula: «Pasa que ahora, en la generación nueva, entran 150. Nosotros entramos 100 y fueron abandonando, obvio». Otro referente agrega: «Nosotros somos 14, por ejemplo, mi generación éramos 12, 14, y lo que era importante (como fijar una fecha de examen) nunca se hizo por WhatsApp. Siempre era con el docente en una clase. O una clase especial, un día solamente para eso. Y también, como ella decía (otra referente), a veces no se le da a uno solo la responsabilidad de informar, porque... a veces puede llegar de otro lugar... porque te cruzaste con el profesor, porque averiguaste y contactaste». Y otro referente explica la multiplicidad de grupos de WhatsApp que genera el mayor número de estudiantes: «Nosotros tenemos los de primero, que son 40 este año, y los de tercero y cuarto somos 30. Entonces, los de primero tienen un grupo con

la profesora de primero. Nosotras tenemos con las cuatro profesoras, que somos los 30 más ellas cuatro, después tenemos otro que es para todo eso y después tenemos otro de cada generación. O sea, tenemos como muchos grupos».

La sencillez y las posibilidades técnicas que habilita WhatsApp (enviar varios archivos multimedia) también favoreció que los docentes prefieran esa plataforma por la velocidad, rapidez e instantaneidad para enviar distintos materiales, sustituyendo, en algunos casos, canales-espacios institucionales, como el EVA, destinado a ese propósito: «Sí, lo que pasa que ahora como se reformó (WhatsApp) y se puede pasar diapos, también te pasan diapos por ahí. Ya como que el mail ahora es menos también». El resto del grupo confirma lo dicho y un referente estudiantil advierte que existen docentes que prefieren seguir utilizando el correo electrónico, aunque son los menos: «Sí, casi siempre más mail, nosotras, en nuestro caso nos piden el mail de la clase, por ejemplo». Y otro estudiante aclara que hay docentes que no habilitan los grupos de WhatsApp para comunicarse con los estudiantes, que siguen prefiriendo la plataforma institucional EVA, aunque sean los menos.

Otro referente recuerda y contextualiza cómo fue la migración de EVA a WhatsApp: «Es que en realidad, también nos pasó en el Ciclo Inicial Optativo (CIO), es como que estábamos muy metidos en la plataforma (EVA) y estaba muy interesante, porque aparte tiene como una institucionalización más segura, digamos, que el WhatsApp. Y, sin embargo, bueno, ya en segundo año de la carrera es el WhatsApp la plataforma de comunicación, porque la mayoría de los profesores, en la plataforma EVA, no suben. Nosotros en el CIO teníamos el foro en EVA, o sea, todo era ahí. Y la consulta que hacías era ahí y se contestaba a todos y tenía como un... que me parecía, bueno, pero eso ahora cayó». Y otro referente explica cómo migran dinámicas de clase de EVA a WhatsApp: «Claro, a mí me pasó que estábamos en primero, ¿no? Hay materias, como Administración hospitalaria y eso, que son como las básicas, que tenemos con Montevideo, que vuelven al EVA y ponen las diapos. Pero, ¿qué pasa? No vamos a volver todos a EVA por esas diapos, vuelve uno y se descarga todas las diapos y las pasa a WhatsApp. Porque es solamente para las diapos. Y otra cosa, las diapos los profesores no las pasan, bueno, pero en WhatsApp vos tenés la confianza, en ese grupo de estudiantes sin docente, que te dicen “bueno, mirá esta diapo que el profesor no pasó, tengo una que es igualita de Montevideo, te la paso”». Alguien del grupo se ríe y comenta que «hay un mar de fotos. Nosotros siempre sacamos foto y pasamos. Inmediatamente que sacaste foto, ya fue para el grupo». Otro estudiante lo censura riendo: «¡Callate, que vamos a ir presos todos!». Todos concuerdan que estos materiales no terminan en EVA sino en el grupo de WhatsApp de los estudiantes.

Los referentes advierten que muchos docentes también utilizan una estrategia comunicacional que implica más de una plataforma, por ejemplo, suben los materiales a EVA y avisan que ya están a disposición en el grupo de WhatsApp: «te dicen: “miren que dejé etiqueta de tal cosa”», comenta un estudiante. Todos concluyen que si bien hay docentes que les hacen subir trabajos a EVA, depende mucho de la práctica que instaure el docente en clase, en general EVA se utiliza en el primer año de la carrera y luego WhatsApp adquiere un fuerte protagonismo en el resto de la cursada, ya sea en la relación entre los estudiantes como con los profesores: «En primero se usa EVA, luego se va perdiendo. El WhatsApp sería lo que viene ganando los espacios», resume un referente.

Los grupos de WhatsApp estudiantes-docentes, igual que en los grupos estudiantes-estudiantes, instituyen y constituyen normas y códigos que, si bien no están escritas, todos conocen y respetan. Sin embargo, los referentes y delegados estudiantiles explican que existen algunas diferencias relacionales sustantivas que son identificables por el colectivo. Otro referente agrega que: «Hay preguntas medio tontas que no las hacés en el grupo de docentes, las hacemos entre nosotros y después vemos si se las planteamos». También aclara uno de los referentes que los docentes no integran los grupos principales de los estudiantes, porque entienden que no corresponde: «Pero si ellos deciden crear un grupo para su asignatura y... bueno. Ayer, por ejemplo, nos pasó que teníamos el grupo desde agosto con la profesora y decidió hacer una fiesta con nosotros... y se hizo la fiesta que se informó por ahí, por WhatsApp».

b) Docentes–referentes/delegados (intermediario grupo WhatsApp)

La segunda de las formas de relación se da a través de un intermediario, referente o delegado estudiantil, quienes son el nexo entre el docente y el resto de los estudiantes. En algunos casos, el docente selecciona al intermediario, más allá de su condición o no de delegado o referente: «Y el docente elige un alumno, que le pasa la información a él y ese alumno la pasa al grupo. La difunde». Otro referente agrega: «Nosotros tenemos materias que son teóricas y prácticas y, como somos en subgrupo, a veces, nos cruzamos algunos con un profesor en el laboratorio y al primero que agarra le pide el número de teléfono y le avisa, y puede que no siempre sea el mismo. En mi generación no se da eso de que sea uno el encargado de todo». Los estudiantes se organizan y gestionan también el contacto con el profesor, tal como surge del grupo de discusión: «Nosotros no tenemos una persona o dos que se encarguen de eso. Son varias que siempre andan en la vuelta de la información o que andan pasando el número. No es que siempre se le carga a una persona... ¿me entendés? O se pasa el número del profesor y se dice “bueno, ¿quién le escribe?”. Y ahí alguien dice: “yo le escribo y paso la información”. Por suerte no es alguien que esté con esa carga de tener que pasar información».

En otros casos, como los referentes en Paysandú, son elegidos por la propia proactividad del estudiante que busca la información: «A mí me pasó, al principio, cuando empezaron las clases, que por querer comunicarme con los docentes, siempre que ellos pedían un teléfono me decían: “dale, vos”. Todas los profesores tienen mi celular». Así, el teléfono del docente queda a resguardo del intermediario, quien tiene la «autorización» para comunicarse con el docente y filtrarle los mensajes del resto del grupo: «Es más, tampoco les gusta mucho (a los docentes) que todo el mundo le escriba por la misma cosa, por eso se elige a un intermediario». Al igual que en las otras relaciones grupales que se establecen en WhatsApp, también aquí existen códigos tácitos que todos conocen y respetan. Esas reglas son consensuadas e identificables por los estudiantes, quienes preservan esa vía de comunicación con el docente: «No se puede estar escribiendo cien alumnos al docente para preguntarle lo mismo. Entonces yo les digo siempre: “hay mecanismos, si hay un delegado, es para que el delegado se comunique con el docente”». Así, los intermediarios con el docente, muchas veces adquieren un rol de poder («el secretario del docente»), tal como comentan los estudiantes: «Y me pasó que una docente me avisó a las 11:30 de la noche que suspendía un parcial... Y tuve que llamar a mis compañeros a las 11:30 de la noche, a los que viajábamos, para avisarles que se suspendía».

La información que envían los intermediarios debe pasar también por un proceso de validación frente al resto de los estudiantes, deben enviar «pruebas» que respalden lo dicho. El intermediario asume siempre una responsabilidad frente al docente y al resto de los estudiantes ante la información enviada. Los estudiantes explican que las relaciones que se establecen a través de WhatsApp entre docentes y estudiantes permite que la comunicación sea completa, confiable y clara, porque: «la información que va a los grupos de WhatsApp, en realidad, es la información que viene de los docentes o de algo extra, pero es información que ya se sabe que es confiable», explican los estudiantes.

Los delegados de la sede de Salto explican que, en general, no tienen problemas con la información que se envía, que es confiable, que los estudiantes tienen internalizada las normas y son conscientes de la importancia que tiene ese espacio, que allí «no se jode»: «Lo que publicamos acá no es joda, es lo que es. Aparte siempre sacamos captura de lo que dice el profesor o reenviamos lo que sea, pero sabemos que si lo mandamos es porque...». Y otro compañero apoya lo dicho: «También la figura del delegado como que tiene un cierto peso. Yo y otros cuatro o cinco más somos a quienes siempre nos llega la información y reenviamos. Cuando mando algo al grupo de mi clase, ellos saben que es cierto. Porque no los vas a estar jodiendo de hacerlos entrar tres horas más temprano o tarde». Se les pregunta qué ocurre si llega a existir un conflicto con la información y responden que: «Hay veces que surgen los conflictos, que un estudiante se comunicó personalmente con un docente, entonces, al menos, en nuestra generación, empieza eso de:

“ah, el profe me dijo tal cosa”, y empieza cada uno a dar su opinión y ahí el delegado sí que es importante, porque tiene que comunicarse con el docente, confirmar la información y verificarla. Pero, sino, al menos nosotros también nos manejamos así, el que tiene la información la pasa».

Se confirma en los grupos de discusión que los correos electrónicos han dejado de ser un canal–espacio de comunicación con los estudiantes, tal como surge en la encuesta, y que solo se utiliza en ocasiones puntuales. Tal como se explica en el objetivo 5, la mayoría de la información y canales–espacios convergen en WhatsApp: «Nosotros, por ejemplo, empezamos a utilizar el mail ahora que estamos con las prácticas, para enviar informes y todo a los docentes. Teníamos que enviar constantemente, recibir las correcciones, lo de las presentaciones... Entonces se creó un mail único para el uso de los que estábamos en práctica, y era ese el que utilizábamos, después, ta, personalmente tenía que enviar otro tipo de información, pero el mail es útil en ese sentido. Esas cosas puntuales, no es un recurso que se use todos los días entre nosotros». Otro compañero agrega: «Sí, yo, básicamente antes no usaba el mail. En realidad, yo marqué el mail porque la información que difundo es lo que me llega del Centro de estudiantes por mail. Entonces, mi rol es ese. Lo que corresponde a mi generación, por supuesto».

Relación referentes/delegados–institución

Finalmente, se desprendía de los grupos de discusión que la relación referente/delegado–docente generaba, con la institución, otro tipo de relación que tiene su propia dinámica. La relación referente/delegado–institución, tal como la denominamos, se extiende más allá del espacio de relación con los docentes y genera prácticas y acciones que, luego de ser analizadas, como procesos ampliados de construcción institucional universitaria desde las administración y la gestión, están en el borde de lo «para-institucional».

Cabe aclarar que en este trabajo se entiende por «institución» a aquellos actores que actúan en representación de la estructura burocrática–administrativa de ambas sedes y que poseen, por lo tanto, la información formal de la institución (denominada información institucional). Los estudiantes establecen relaciones con esos actores institucionales a través de diversos canales–espacios de comunicación e información habilitados en su origen como «oficiales» y puestos a disposición de los estudiantes: la bedelía, las carteleras, el correo institucional, las coordinaciones, las *fanpages* de las sedes, etc. Sin embargo, se observa que la institución muchas veces accede a los canales–espacios generados y organizados por los propios estudiantes, espacios que se gestionan por fuera de los canales–espacios institucionales, oficiales, establecidos por la administración de la universidad. Tales prácticas generan entonces tensiones entre lo establecido institucionalmente y las lógicas y dinámicas extrainstitucionales establecidas por los estudiantes, dos modelos claramente diferenciados en su alcance, protocolos, sistemas de funcionamiento, validez legal, etc.

Los relatos de los estudiantes de ambas sedes sobre algunas prácticas de la institución en la gestión mostraban el grado de organización, participación y compromiso del colectivo estudiantil en defensa de sus intereses y en contraposición a la institución. La resolución de las tensiones o conflictos, en algunos casos, queda en manos de estudiantes que, por *motus* propio, pueden llegar a resolver situaciones por fuera del amparo institucional, como es el caso ya mencionado de los referentes en Paysandú. Un ejemplo de esas tensiones surge en la voz de uno de los referentes: «A nosotros, lo que pasa en mi carrera, es que los horarios los organizo casi todos yo. Todos los fines de semana lo llamo: “Profesor, ¿qué día vamos a

tener clase, qué día puede tener clase, qué horario, adónde puede ir, qué temas va a dar?”. Y bueno, yo organizo: “bueno, vos das tal tema”. La coordinadora se encarga más de la parte institucional, capaz. Pero las clases, o incluso parciales, en qué fecha poner los parciales, lo voy organizando yo también».

Un delegado en Salto también señala que más de una vez tuvo que organizar al grupo de su curso: «Por ejemplo, a nosotros nos pasó con un examen, que tuvimos que organizar una fecha y todo el mundo te decía una cosa distinta. Entonces, vos tenías que empezar, tipo democracia, por mayoría, a ver cómo organizabas todos los horarios y todo para avisarle a la docente. Y me pasó también de llamar a las 11:30 de la noche a mis compañeros porque salíamos al otro día a las 5 am, los que viajábamos, y la docente me avisó 11:30 de la noche que había suspendido un parcial, un examen. Entonces, claro, ahí arrancás... que te hacés cargo de avisarle a la docente que ya les avisaste a todos (cosa que no vaya ninguno) y ya después arrancás también a coordinar todas las fechas, a ver cuándo podés, cuándo tenés horarios...».

Los coordinadores de las carreras, en algunos casos, presentan dificultades para comunicarse y establecen dinámicas que son complicadas de cumplir, como ir a buscar la información presencialmente, manifiestan los estudiantes: «Yo sé que no tengo otra vía. Tengo que venir y golpear acá y, bueno, el que esté, si no está [...], me atiende [...] y si no está [...], me atiende [...]. Me atienden perfectamente, pero no tengo otra vía, o sea que... soñar que... Primero que se me cae la cara de vergüenza, porque sé que no les gusta que los manden, ni sueño en enviarle un mensaje. Vengo y pregunto: “¿está en coordinación alguien de [...]?”. Si me dicen que sí, subo».

La ausencia de la figura del delegado, un referente avalado institucionalmente, es muchas veces una dificultad para los estudiantes de Paysandú: «Yo tengo el número de [...] y ahora estábamos haciendo un trabajo de investigación y eso, y le mandamos un mensaje y al toque te contesta y te dice lo que tenés que hacer, cómo lo tenés que hacer... demasiado. Llega un punto que decís: “pobre mujer, hasta el domingo te escribe”». Y una referente retruca: «Bueno, ahí está. Yo, chiquilines, salgo de acá y tengo una vida. Imagínense si 150 me mandan un mensaje para preguntarme... un poco de razón tiene».

Los estudiantes manifiestan resolver cuestiones institucionales cuando estas vulneran sus intereses dentro de la carrera o cuando la inacción de los actores administrativos pone en riesgo la cursada curricular, como por ejemplo, encontrar un docente para sus clases: «A mí me pasó que teníamos una materia que el profesor renunció y no teníamos profesor, y no podíamos perdernos clases. Entonces tuvimos que pedir la excepción al régimen de previaturas, y a mí me pasó que nos comunicamos todo por WhatsApp, pero la directora de la carrera no tiene WhatsApp. Entonces yo le escribí un mensaje y ella me contestó y me daba un horario para llamarla. Entonces yo misma me puse un poco esa carga, porque yo la llamaba, tenía el contacto y hablaba con ella y le pasaba a los gurises por WhatsApp. Después, a la vez, ella tenía que ir mirando la resolución, entonces siempre entraba a la web de la EUTM para ver en la parte de la resolución, donde se reúnen la Comisión Directiva; ahí te dice todo lo que hacen o dejan de hacer, entonces eso te reayuda. Y después conseguimos un profesor nosotras y se lo pasamos a la directora. Después hablé con el cirujano, le pasé el programa al cirujano, porque resulta que la directora demoraba... Le dije al cirujano: “yo encontré en la página de la EUTM el programa, te lo paso, no sé si es el actual, pero por lo menos para empezar las clases”. Empezamos las clases sin anotarnos y hace poco recién nos anotamos. O sea, le dijimos a la directora que nosotras ya empezamos».

Otro referente también comenta que les ocurrió algo similar con la falta de profesores: «Nosotros no teníamos docentes porque se embarazó una y a la semana se embarazó la otra, y quedaron las tres embarazadas. Entonces una estaba desaparecida, la otra tenía medio año y la otra ya estaba para entrar. Entonces dijimos: “no”. Y vinimos a hablar con el Centro de estudiantes y el Centro de estudiantes metió más presión. Resulta que la mujer no venía a Paysandú hace no sé cuántos años. Preguntás a generaciones que se han recibido y no le conocían la cara. Apareció malísima. El Centro de estudiantes igual según cuánta fuerza le pueda meter. Nosotros en una semana revolucionamos el mundo y vino como bufando la mujer».

La organización de los estudiantes también se manifiesta a la hora de conseguir entre todos materiales para poder trabajar en clase: «En Anatomía Patológica hacemos las prácticas en el laboratorio de anatomía del hospital, estamos en un sótano, literalmente, es un sucucho que no tenemos ni extractor —que precisamos para trabajar— y a gatas tenemos los materiales. Lo que se consigue, se consigue tratando entre todos o como se puede. No somos servicio del hospital, no podemos ir a ver los laboratorios, trabajamos como se trabajaba hace 15 años atrás. Por lo tanto, lo nuevo no lo conocemos, no tenemos ni idea, y cuando entramos tenemos que entrar a aprender».

La efectividad en la gestión por parte de algunos estudiantes puede acabar en una carga institucional, ya que luego es la institución la que se comunica con esos referentes/delegados para que resuelvan otro tipo de cuestiones que deberían solucionarse dentro de la universidad y no a través del canal de los estudiantes: «A mí me han llamado de coordinación y no sé ni cómo tienen mi número. Me dicen: “Si le podés avisar a... que tiene que venir”, y yo le mando un mensaje». Se les pregunta si saben cómo la institución tiene sus números personales y responden que no. Un referente comenta entonces que: «un profesor me pidió que yo informara de años anteriores sobre clases. Entonces, yo estoy en tercero, primero y segundo... “si tenés el número de ellos, avísales que tienen clase, que no voy a ir hoy, que...”. Como que soy el secretario del profesor para todo». Y otro referente agrega: «O sino, te dicen... a mí me pasa en un block de los funcionarios del hospital, te ponen: “mirá que se suspendió tal cosa porque tal cosa. Avisale al profesor”. Pero tendrías que tener el número del profesor, no el mío». Uno de los estudiantes se ríe y comenta: «Yo los escucho a ustedes y a nosotros no nos pasa nada de eso, estamos rebien». El resto coincide entonces que depende mucho de las carreras, que hay algunas que están más organizadas que otras.

En resumen, los casos que se detallan muestran que no solo los estudiantes prefieren utilizar WhatsApp (con normas propias, autogestionadas, para informar e informarse), también los docentes o los actores institucionales que eligen ese canal-espacio no oficial para llegar a los estudiantes por sobre los canales-espacios institucionales (cartelera, mails, bedelía, Facebook, entre otros). La figura del referente/delegado cobra, a su vez, mayor importancia para la institución. La institución y los docentes se benefician de esa figura, que gestiona de manera rápida y fluida la información, para lograr mayor alcance y efectividad en la comunicación con los estudiantes. La institución acepta en esas prácticas, de forma implícita, la difusión de una información «parainstitucional» al enviarla por un canal-espacio estudiantil que no tiene carácter oficial. La falta de un consenso o una estrategia explícita sobre cómo incorporar tales prácticas comunicacionales adoptadas por los estudiantes, y que dejan en segundo plano a los canales-espacios institucionales, generan tensiones y conflictos entre los actores universitarios. En los grupos de discusión un referente comenta que: «a veces la relación no se da (con los coordinadores) porque los docentes no quieren hacer su trabajo de solicitar ellos mismos a coordinación un cambio de salón, y le piden al delegado, y como que al coordinador eso no le gusta mucho. Por ejemplo, teníamos clases los sábados de tarde y, para que unos compañeros (que eran como 30) pudieran recursar una materia los sábados de tarde, el docente decidió cambiar el horario de su clase y no avisó nunca a coordinación y, bueno, no le habían otorgado el salón. Ahí me pidió a mí que escribiera a Salones, de Salones pasó a coordinación... Ahí no quedó muy bien la relación porque no le gustó mucho al coordinador que un estudiante estuviera pidiendo salón en nombre de un docente».

Por último, los estudiantes señalan en la encuesta que el segundo canal-espacio más utilizado es «personalmente». Sin embargo, tal como se comprueba en los grupos de discusión, la categoría de análisis «personal» puede haber provocado confusiones a partir de la intervención de WhatsApp. Tal como señalan Rubio y Perlado (2015), WhatsApp es generador de dinámicas intergrupales paralelas al propio desarrollo no virtual, una fuente socializadora en constante cambio. Por lo tanto, los dos entornos de comunicación, virtual y presencial, son igualmente comunes y forman parte habitual de la vida cotidiana de los estudiantes, especialmente entre los más jóvenes. WhatsApp constituye nuevos marcos de socialización y de vinculación en las redes sociales que no solo son empleados como elemento de comunicación interpersonal, sino como forma de reorganización del grupo de clase. Es interesante señalar que, si bien

los estudiantes y docentes señalan como una de las características más destacables la sencillez, velocidad, instantaneidad y ubicuidad que posee la aplicación WhatsApp, por otro lado los procesos, prácticas y lógicas que subyacen a su uso resultan de una gran complejidad.

¿Cómo y en qué grado inciden los canales–espacios utilizados por la institución en relación con la participación política–social estudiantil?

Los estudios en Uruguay sobre el grado de participación universitaria son escasos, pero todos apuntan que hay un bajo índice de participación en sus diversas modalidades. En este sentido, se destacan principalmente tres estudios sobre participación juvenil en Uruguay. Uno de ellos, correspondiente a Mieres y Zuasnabar (2012), se centró en la participación política de los jóvenes uruguayos, hallando bajos niveles de interés e involucramiento en las formas tradicionales de participación política, aunque destacan un incipiente cambio con las posibilidades que habilitan internet y las redes sociales. Aguiar (2012), quien aborda la participación de los jóvenes en movimientos sociales en Uruguay, concluye que la mayoría de los movimientos sociales juveniles se corresponden con nuevas organizaciones sociales, por fuera de lo político partidario. La perspectiva de los autores mencionados avanza en la línea de que la comunicación digital favorece la participación y posibilita nuevas modalidades que contribuyen a democratizar procesos en la de toma de decisiones. Para ellos, existe un cambio en las formas y los ámbitos de participación que responde a nuevos intereses y a las posibilidades que habilitó Internet.

El tercer y último estudio, realizado por la Facultad de Ciencias Sociales de la Udelar (2007), señala que el desencanto de los jóvenes frente a las instituciones democráticas tradicionales se traduce en una desafección de los jóvenes hacia los mecanismos de participación social y política, que son monopolizados por las generaciones más adultas. La perspectiva de este trabajo, entre otros, responde al debate sobre la crisis de la participación juvenil, tanto a nivel político como en distintos espacios e instituciones, que incluye también el ámbito universitario.

En línea con esos estudios, la investigación *Centro de estudiantes y TIC: ¿Nuevas formas de participación estudiantil?* (Borges, López, Motta y Vázquez, 2018) analizó la participación de los estudiantes dentro de los espacios tradicionales universitarios de cogobierno en relación a las prácticas y usos en internet: redes sociales y las plataformas virtuales de participación. Los resultados arrojaron que fomentar la participación a través de una plataforma virtual aumentaría, aunque no de forma considerable, el interés por informarse y participar.

En el siguiente apartado se exponen los resultados obtenidos a partir de las diferentes técnicas cuantitativas y cualitativas aplicadas en este estudio con el fin de establecer el grado de incidencia de los canales–espacios de comunicación e información utilizados por la institución en relación con la participación generada en la comunidad estudiantil. En otras palabras, se observa si la política comunicacional universitaria, como estrategia de participación en Internet (TIC), generó un espacio de participación–acción en relación con los estudiantes de la universidad en el marco del proyecto Cenur LN.

Se aclara que se entiende en este trabajo a la participación estudiantil en un sentido amplio, que incluye la participación política, las formas de influir en procesos y resultados institucionales, pero también las prácticas sociales relacionadas con asuntos colectivos, su gestión y resolución de problemas. La participación estudiantil entendida como «que sea parte o que tome parte» en la universidad puede connotar significados polisémicos, desde asistir a clase hasta que forme parte del centro de estudiantes y/o sea un representante del órgano de cogobierno universitario, como así también pintar con grafitis los muros de la universidad u organizar fiestas en su servicio de pertenencia, formar parte de las actividades culturales del centro, entre otras. Es por ello que, para ordenar las modalidades de participación que interesan en este trabajo, se toma tres tipologías de participación propuesta por Trillay otros (2011). La primera

distingue entre cuatro tipos genéricos de participación: a) simple, b) consultiva, c) proyectiva y d) metaparticipación, en niveles progresivos de intensidad y complejidad. La segunda establece modalidades de participación estudiantil en la universidad según su objeto: pedagógica, política y gestión universitaria y actividades extracurriculares. La tercera y última tipología usa un criterio que se refiere a las formas o vías utilizadas: individual o asociativa e institucional y alternativa.

I) Tipos genéricos de participación

a) Participación simple: es la que consiste en tomar parte en un proceso o actividad solo como espectador o ejecutante, sin que los individuos hayan intervenido ni en su preparación ni en las decisiones sobre su contenido o desarrollo. Los «participantes» se limitan básicamente a seguir indicaciones o a responder a estímulos. En su grado más sencillo, se trata simplemente de estar o hacer acto de presencia: una participación que se suele medir solo en términos cuantitativos.

b) La participación consultiva supone un paso más: escuchar la palabra de los sujetos. No son meros espectadores, ejecutantes o usuarios de algo previamente decidido, sino que se les demanda su parecer sobre asuntos que les conciernen. Se les alienta a opinar, proponer o valorar y se facilitan canales-espacios para ello. Este tipo genérico de participación puede incluir también grados y subclases diferentes. La más exigente sería la participación consultiva vinculante (cuando la opinión de los participantes resultará decisoria sobre el asunto de que se trate), pero también se dan procesos consultivos en los que quien ostenta la responsabilidad del proyecto solo se compromete a tomar en consideración las opiniones expresadas.

c) Participación proyectiva: esta forma de participación, a diferencia de las otras dos que tienen un carácter de exterioridad —debido a que el sujeto opina pero el proyecto está en manos de la institución—, implica mayor involucramiento del participante, ya que el proyecto también está en sus manos. En la participación proyectiva el participante se convierte en agente. Se trata de una clase de participación más intensa que las anteriores, requiere mayor compromiso y compartición de responsabilidades. La condición para el buen resultado de la misma es que el participante sienta como propio el proyecto. Se trata, por tanto de una participación más compleja que, en su grado más elevado, ocurre en las diversas fases de la actividad: en la propia definición del proyecto (su sentido, objetivos, etc.); en su diseño y preparación; en la gestión, ejecución y control del proceso; y finalmente en su valoración.

d) La metaparticipación. Se da cuando los propios sujetos piden, exigen o generan nuevos espacios y mecanismos de participación. Aparece cuando un individuo o un colectivo se moviliza para que le sea reconocido su derecho a la participación o cuando cree que los canales establecidos para ella no son suficientes o eficaces. Los contenidos de la metaparticipación son, pues, derechos (el derecho a la libre expresión, a la asociación, a la manifestación,...), espacios, medios e instituciones para posibilitar la realización de tales derechos (órganos de representación, medios de comunicación, foros, mesas de negociación, redes, consejos de participación, asambleas...), y competencias personales y colectivas para poder ejercerlos realmente.

II) Modalidades de participación estudiantil

Esta tipología de clasificación se utiliza como criterio principal el objeto (orientación) de la participación estudiantil hacia los aspectos o ámbitos de su interés dentro de la vida universitaria y/o extrauniversitaria. Se aclara que la tipología que plantean Trilla y otros (2011) distingue cinco categorías: pedagógica, gobierno y política universitaria, sociocultural, comunitaria y evaluativa. En este estudio se unifican las

tres últimas bajo la categoría actividades extracurriculares, debido a que la baja participación que se alcanza en el Cenur LN podía analizarse en una sola dimensión.

a) **Pedagógica.** Se hace referencia a las situaciones de enseñanza–aprendizaje que posibilitan (o limitan) las metodologías didácticas que se utilicen. Por ejemplo, en las metodologías llamadas «tradicionales», basadas en la «clase magistral», la única forma de participación pedagógica sería la que denominamos aquí *simple*: seguir las indicaciones del docente y actuar según sus estímulos. Existen otras metodologías pedagógicas de participación activa (aprendizaje cooperativo, investigación acción, aprendizaje por descubrimiento, trabajo por proyectos, aprendizaje–servicio, etc.), hasta planteamientos más globales y radicales como los no directivos y autogestionados.

b) **Gobierno de las instituciones y la política universitaria en general.** Se incluye aquí la participación de los estudiantes en los grandes asuntos de política universitaria (reformas generales de planes de estudio, financiación, legislación, políticas de igualdad de oportunidades, autonomía universitaria, entre otras), como la gestión concreta de cada universidad y de sus organismos internos (facultades, departamentos, servicios, etc.).

c) **Actividades extracurriculares.** Comprende la participación estudiantil en eventos de tipo cultural, deportivo o recreativo y de relacionamiento externo con la comunidad, en actividades sociales, solidarias y con organizaciones sociales.

III) Formas o vías de participación estudiantil en la universidad

Finalmente, la propuesta tipológica de Trilla y otros (2011) plantea incorporar dos últimas instancias que refiere a las formas por las cuales se puede llevar a cabo la participación: individual y asociativa. Señalan que los estudiantes universitarios pueden participar directamente y a título personal (encuestas de opinión sobre el profesorado, situaciones concretas de enseñanza–aprendizaje, etc.); o por medio de asociaciones: centro de estudiantes, organizaciones estudiantiles de carácter social, cultural, recreativo, deportivo, etc.).

La participación, además de ser individual o colectiva en su forma, se distingue también por su carácter formal: institucional y alternativa. La institucional hace referencia a lo que establecen las leyes, estatutos y reglamentos, y se desarrolla en general por medio de la función representativa: estudiantes elegidos por los propios colectivos y según los procedimientos democráticos establecidos al efecto; por ejemplo, la presencia del estamento estudiantil en los distintos órganos de gobierno universitario: consejos, claustro, comisiones varias, etc. Y la alternativa se refiere a cuando la participación estudiantil desborda los cauces institucionales y usa o crea medios alternativos con el fin de hacerse oír, formular sus críticas o difundir sus propuestas. La participación alternativa ocurre cuando los cauces institucionales de participación no existen o son demasiado estrechos; o bien porque, por la propia naturaleza de los contenidos de la participación o por la misma intención de los sujetos, se relegan las formas normativas convencionales para crear medios alternativos.

Se advierte que los tipos genéricos de participación señalados son observados, principalmente, desde las potencialidades de las TIC, entendiendo a la información y la comunicación como dimensiones claves en los procesos de participación de lo común y del compromiso con la dimensión colectiva.

A continuación se presentan los principales resultados teniendo en cuenta cada tipo genérico de participación:

a) Participación simple

Los resultados obtenidos en este estudio señalan que los estudiantes participan muy poco, y en un sentido bastante más reducido de lo que se describe en las tipologías que se presentan. El análisis de redes cuestiona el supuesto de que los canales-espacios de comunicación 2.0 habilitan nuevas formas de comunicación que favorecen la participación estudiantil. La participación que están generando esos canales-espacios responden a la tipificación de participación simple, centrado en temas académicos, a partir de formas individuales, y con carácter formal institucional. En la mayoría de casos, los estudiantes actúan como usuarios del sistema universitario y con un alto interés en la gestión administrativa universitaria sobre los temas curriculares de las asignaturas y la carrera.

El desinterés de los estudiantes en las publicaciones institucionales de los Facebook de las sedes (ver objetivo 5), medido en la escasez de respuestas/interacciones/compartidos de los estudiantes, tal como surge del análisis de datos secundarios de las plataformas, son pruebas del bajo grado de participación. Tanto los estudiantes como los responsables de las UC manifiestan que la participación se da, fundamentalmente, a través de interacciones como «Me gusta», etiquetados para replicarlas, compartir y menos frecuentemente comentarios. Cabe señalar que las reacciones en Facebook, al expresar diversas emociones, pueden convertirse en un insumo de valor para la toma de decisiones. Tales interacciones pueden corresponder a una participación consultiva, una herramienta que puede ayudar a mejorar el proceso en la toma de decisiones. En otras palabras, la valoración en sí misma no constituye una instancia de participación genuina, pero ayudan a las administraciones a interpretar su significado para mejorar procesos o servicios (Agesic, 2012).

Sin embargo, el análisis del Facebook de las sedes muestra que en general no se publican comentarios sino «etiquetados» que aseguran compartir el contenido con usuarios específicos o simples pedidos de información, muchas veces por mensajería privada. Si tenemos en cuenta que los contenidos del Facebook de ambas sedes son, en general, informativos y que no existe un propósito de analizarlos como insumo valorativo por la institución, corresponde considerarlos como participación simple, con el añadido que permite una manifestación pública de opinión más que nada a modo de «visto».

Los responsables de las UC explican que no tienen mediciones ni evaluaciones de los resultados de las estrategias desplegadas en comunicación 2.0, que en general es instintivo y que muchas veces se replica información que se sube a la web institucional. En otras palabras, los medios 2.0 son utilizados como los medios masivos: de forma unidireccional; no hay fragmentación de la información en el 2.0 para alcanzar a públicos o nichos específicos. Por otra parte, la percepción de los coordinadores de las UC no coincide con la percepción que tienen los estudiantes, tal como surge en los grupos de discusión. Los coordinadores señalan: «Creo que tenemos una buena interacción en Facebook, creo que en general mucha gente comparte la información hace consultas y recibe sus respuestas»; o «Estamos llegando más que antes, indudablemente, en general, a todos los actores. Principalmente docentes, funcionarios no docentes, buena parte del estudiantado y la comunidad en su conjunto. Tenemos el dato que son seis mil trescientos estudiantes activos, quizás cuatro mil estudiantes sean los que circulan día a día por la universidad. Es una cifra enorme de estudiantes y nos queda la incógnita de a cuántos estamos llegando».

Tal como se describe en el objetivo 5, los estudiantes no están consultando la información del Facebook institucional ya que, entre otras cosas, no es de su interés. Los análisis estadísticos de las plataformas 2.0⁴ así lo confirman: el total de publicaciones realizadas por ambas sedes fue de: 345 en Salto y 84 Pay-

⁴ Para el análisis de las métricas digitales, se realizó un corte temporal que comprendió el período desde el 1.º de octubre de 2017 al 28 de febrero de 2018. Tal selección se realizó considerando el mayor volumen y flujo de información 2.0 durante ese período, ya que abarcó parte del dictado de los cursos, la realización de dos períodos de exámenes y un período de inscripciones.

sandú 84; publicaciones que obtuvieron un alcance total⁵ de 412.766 personas, logrando 71 interacciones⁶. Sin embargo, se observa que la *fanpage* de Paysandú es la que obtuvo un mayor alcance en sus publicaciones: cerca del 50 % alcanzaron a más de 1500 personas y, en contraposición, la *fanpage* de Salto cerca de un 20 % logró superar las 1500 personas. Las pocas publicaciones de Paysandú redundan en una mayor «efectividad» de alcance que Salto, debido a la forma en que funcionaría el algoritmo de Facebook (el conjunto de cálculos que emplea la plataforma para decidir qué contenido mostrar: más publicaciones menos visibilidad).

Los datos muestran que la interacción del público objetivo, sobre el total de las publicaciones de la *fanpages*, ronda en un 2,7 %⁷, lo que refuta la percepción de los coordinadores de las UC, quienes afirman que se está llegando a «docentes, buena parte del estudiantado y a todos los actores». El análisis socio-demográfico de los seguidores del Facebook del CUS muestra que un 42 % señalan ser de Salto y un 32 % de Montevideo; y en el CUP un 37,4 % indican ser de Montevideo y un 32 %, de Paysandú. Teniendo en cuenta el gran número de seguidores de Montevideo para ambas *fanpages* (en especial en el caso de Paysandú, donde los seguidores de Montevideo superan a los de la sede) no se sostiene, en principio, que las publicaciones que realizan las UC en Facebook estuvieran llegando principalmente a la comunidad regional, tal como plantean en sus objetivos estratégicos.

En relación con la información publicada en el Facebook, tal como se observa en el gráfico 11, en Paysandú, el 41,2 % fue sobre actividades realizadas en la sede, mientras que en Salto predominaron las publicaciones de información general, 44,1 %. En Paysandú la información de los cursos fue de 29,8 %, frente al 7 % en Salto. En los grupos de discusión se manifiesta que la información que se publica en los Facebookde ambas sedes no cuenta con el interés de los estudiantes y que, tal como se describe en la participación simple, la información que más buscan está relacionada con los cursos curriculares. En otras palabras, la información que más buscan los estudiantes es la que menos publica la institución. Es por ello, entre otra dimensiones que se desarrollan en el objetivo 5, que los estudiantes establecieron otras redes informacionales y comunicacionales.

⁵ Alcance total: es el número de personas a las que se mostró en pantalla contenido de la página o relacionado con ella.

⁶ Retomando la definición que utiliza Facebook, definimos *interacción* como toda acción que las personas (seguidores o no de la *fanpage*) realizan al interactuar con una publicación. Esto incluye los tres tipos de interacciones permitidas con la publicación: reacciones («me gusta», «me divierte», «me encanta», etc.), comentarios y cantidad de veces que fue compartida.

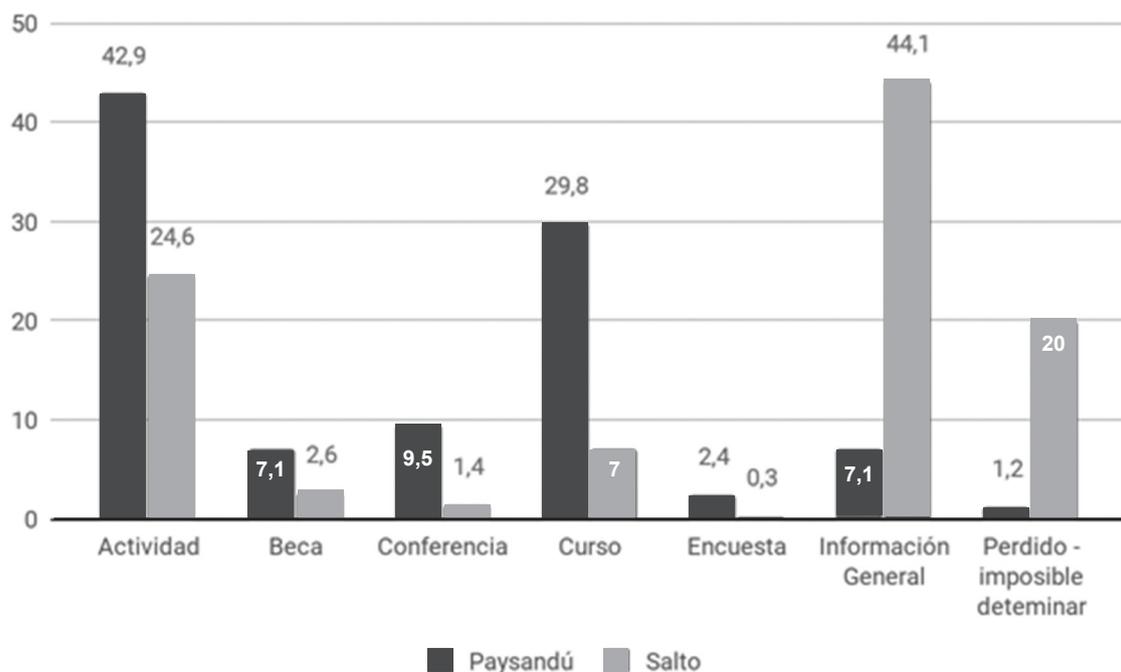
⁷ Para poder medir la interacción, se utilizó la misma ecuación que utiliza Facebook con cada publicación, a saber:

Interacciones con la publicación

_____ x 100 = % de interacción sobre la publicación

Cantidad de vistas totales (alcance).

Gráfico 11: Categoría de publicación por UC



Fuente: Elaboración propia.

Se aclara que un alto porcentaje de los contenidos publicados en Salto no se pudieron categorizar (19.7 %). Tal dificultad surgió al momento de exportar los datos de las publicaciones, ya que no contaban con una descripción que facilitara su identificación para ubicarla en algunas de las categorías analizadas (gráfico 11). Además, la mayoría de esas publicaciones eran reposteos o publicaciones compartidas (de otras publicaciones), no observándose una categoría específica dónde atribuirlos.

Surge de las entrevistas en profundidad a los coordinadores que las consultas que se realizan en las plataformas 2.0 (Facebook) son, mayoritariamente, sobre temas administrativos y cuestiones que se canalizan por mensaje privado. Estas últimas, en general, se derivan a bedelía o a la coordinación de las diferentes carreras. Uno de los coordinadores de las UC apunta: «Los comentarios que llegan al Facebook, al muro, los respondemos rápidamente. En general, no son muchos. A veces la gente arroba a otros para avisarles: “mirá esto que te puede interesar”, o lo comparte. En el muro no son muchos los comentarios».

Analizando la figura de los delegados/referentes, se observa que su participación se da generalmente en el nivel participación simple, oficiando como nexo entre docentes y estudiantes, replicando diariamente información de los cursos, casi exclusivamente sobre cuestiones pedagógicas o curriculares. En el accionar de los delegados se podría vislumbrar un nivel muy elemental de consulta en dos sentidos. Por una parte, manifiestan que los docentes les solicitan que consulten a sus compañeros sobre condiciones concretas para la realización de determinados eventos, tales como, por ejemplo, fijar fecha y horario de

actividades que deben reprogramarse o, especialmente importantes, como entrega de trabajos, realización de parciales, etc. En el otro sentido de la relación, recogen y gestionan consultas de los estudiantes al docente o a la coordinación de carrera. Sin embargo, las consultas están fuertemente atadas a lo instrumental, a la realización de los cursos, lo que no corresponde catalogarla como participación consultiva sino como simple y que tendría dos pasos.

Si bien cumplen similares funciones, los delegados y los referentes presentan diferencias significativas en cuanto a la formalidad de su participación. Como fue desarrollado en los resultados correspondientes a los objetivos 2, 3 y 6, los delegados en la sede Salto tienen carácter institucional, más allá de que estén o no regulados por normas formales, tienen el respaldo a nivel de coordinación y equipos docentes de sus carreras. Por tanto, se puede describir su participación como institucional. Por el contrario, en el caso de los referentes del CUP, no existe formalmente esa aprobación o incluso estímulo por parte de los actores institucionales, lo que llevaría a considerar su participación, desde el punto de vista formal, como alternativa. Sin embargo, en cuanto a los canales-espacios de información, los estudiantes de ambas sedes confirman que la comunicación se da a través de canales-espacios alternativos, en especial WhatsApp, donde convergen otros canales-espacios que pueden ser oficiales (EVA, Facebook, web institucional, etc.) como extra-oficiales (Facebook de colegas, periódicos, webs de asociaciones, fundaciones, servicios de becas, etc.).

En otras palabras, si bien existe una diferencia de forma (institucional-alternativa) entre el delegado y el referente, tal como se señala, la utilización de la red generada en WhatsApp por los estudiantes es alternativa y no institucional. Si bien el delegado puede utilizar la red para difundir información institucional, la red no es un canal-espacio oficial, creada por él, sino por el colectivo de estudiantes que instituye su propio sistema de gobernanza y gestiona sus reglas y recursos, de los cuales el delegado hace uso.

Los distintos modelos de trabajo de los delegados y referentes proporcionan ejemplos tanto de participación individual como asociativa. Como ya se mencionó, algunos delegados tienen una fuerte presencia en los cursos y concentran todas las funciones aunque, en general, también reciben aportes de algunos compañeros. Tal participación se canaliza de forma individual. En otros casos, la participación refiere a formas de trabajo colaborativas, con un grupo de estudiantes que tienen una relación horizontal y comparten responsabilidades, más próximo a la forma o vía asociativa.

Como ya se destacó, los delegados y referentes centran su interés y su tarea en los aspectos académicos, y en pocos casos manifiestan inquietudes de otro tipo o participan en otros ámbitos. En el grupo de discusión del CUS, solo dos delegados mencionan que integran centros de estudiantes. Algunos manifiestan que les interesaría enterarse de actividades extracurriculares, culturales o eventos de distinto tipo, pero que esa información «no llega». Se observa que la búsqueda de información en los canales-espacios institucionales es poco frecuente. Solo una referente relacionada al centro estudiantil sigue el Facebook de la sede, los demás consideran que no proporciona información interesante.

b) Participación consultiva

Las consultas a través de los canales-espacios institucionales 2.0 han sido puntuales, tal como lo expresan los coordinadores de las UC. Por ejemplo, en el CUS se organizó hace unos años, por Facebook, una consulta pública en la que relevó áreas de interés para la realización de talleres culturales a la que respondieron 37 estudiantes. Como ya se señaló en el objetivo 1, los responsables de las UC expresaron las dificultades que enfrentan para habilitar vías bidireccionales de comunicación por escasez de recursos humanos, lo que impide establecer procesos de participación consultiva por medio de la comunicación 2.0 en la universidad. El resultado es que los canales-espacios 2.0 institucionales reproducen las lógicas unidireccionales de los medios de comunicación masiva y promueven, únicamente, la participación en las elecciones para los órganos

de cogobierno, pero no existen consultas relacionadas con el ámbito de la política y gobierno universitario tal como se comprueba en las entrevistas en profundidad con los coordinadores de las UC.

No se encontraron en este trabajo otras consultas institucionales a través de los espacios de participación comunicacional 2.0, pero sí a través de los mecanismos tradicionales de consulta institucional como, por ejemplo, las evaluaciones docentes que aún se aplican, en la mayoría de casos, a través de formularios que los estudiantes completan en clase y no de manera *online*. La participación consultiva sigue operando en canales-espacios tradicionales como los Centros de Estudiantes y las agrupaciones o corrientes gremiales que participan en los órganos de consulta y cogobierno universitario. Sin embargo, los datos de la encuesta muestran una baja participación de los estudiantes del Cenur LN en esos espacios consultivos de participación: solo el 4,5 % forma parte de espacios de cogobierno universitario; y del 63 % de los estudiantes que manifiestan que su carrera tiene un Centro de Estudiantes, solamente el 10,5 % participa de ese espacio (cabe mencionar que el 12 % del estudiantado desconoce la existencia de este espacio de participación). Los porcentajes no mejoran cuando se les pregunta a los estudiantes si participan o militan en algún partido político: solo lo haría un 9 % y un 10,8 % formaría parte de algún colectivo u organización sociocultural.

En resumen, los datos muestran que la participación de los estudiantes, en los distintos espacios, no supera el 10%, en la misma línea de los resultados obtenidos en un reciente estudio de participación estudiantil en la Facultad de Información y Comunicación (Borges y otros, 2018).

c) Participación proyectiva

La participación proyectiva tampoco se constata en la comunicación 2.0 y solo se observa a través de las formas tradicionales: asociaciones, centros de estudiantes y corrientes que los integran. Tal como se muestra en la participación consultiva, son pocos los estudiantes que participan en los órganos de consulta sobre temas académicos y en los de cogobierno, así como aquellos que participan y organizan actividades extracurriculares: jornadas, eventos culturales, deportivos, actividades solidarias, o en relación a movimientos sociales. En otras palabras, esos pocos estudiantes son los que conforman las tipologías de participación colectiva consultiva y proyectiva, y participan tanto por canales-espacios institucionales como alternativos en todos los ámbitos universitarios.

El reducido número de estudiantes que participa en los espacios institucionales resolutivos presenciales, según los datos de la encuesta y las entrevistas, así como los cuestionamientos que surgieron en el grupo de discusión de la sede Salto sobre el modo de elección de los representantes y del cogobierno, dan cuenta de que aunque existan canales-espacios para una participación más exigentes, la mayoría de los estudiantes no los utiliza ni tampoco comprende cómo funcionan. Se observa también que la información «no llega» a los estudiantes, tal como plantea una delegada muy activa en esos espacios académicos: «Voto porque nos obligan, pero no sé ni siquiera qué es». Aparecen también problemas de comunicación de los propios centros: «[...] falta de información sobre la existencia (de los centros de estudiantes) cuando ingresás a la carrera». Otro delegado se queja de la confusión de los estudiantes acerca de los roles que ejerce: «mis compañeros se han enojado conmigo porque no les llevo una información de algo que se decidió en la Comisión asesora de la Facultad [...], y yo no tengo que informar ahí, a la clase, sino al gremio al que pertenezco [...] creen que por ser delegado, aunque tengas otras funciones, como a mí me pasa con la directiva y el claustro y la asesora, que además tengo que informarles todo. Muchas veces no entienden los canales y las formas en las que hay que hacer las cosas».

Al plantearse la interrogante acerca de cómo debería informarse a los estudiantes sobre aspectos de cogobierno y órganos de consulta, no aparecen propuestas concretas: «Deberían estar publicadas para que todos lo vean, en cartelera pero a la vista». Y el delegado-representante aporta: «Otra cosa del tema,

de resoluciones de cualquier ámbito del cogobierno, nadie sabía dónde la subían. Yo me enteré cuando empecé a ser parte del claustro que difundieron un *link* y ahí se suben todas las resoluciones, tanto de claustro, directiva, consejo, todo ahí».

La desinformación de los estudiantes de las resoluciones que surgen en los ámbitos de gobierno universitario son un límite importante para la generación de una participación consultiva o proyectiva, una dificultad que puede acrecentar la sensación de sentirse un usuario del sistema universitario y que no genera pertenencia identitaria con el centro ni el servicio. El discurso de algunos delegados evidencia escasa identificación y sentido de pertenencia con el Cenur LN y la sede universitaria, aspecto mencionado también por un coordinador de UC; así como cierto conflicto en relación con su condición de estudiantes de una carrera que responde a un servicio de Montevideo.

Por último, si bien no se recogen ejemplos de participación proyectiva 2.0 por parte de los estudiantes, como ya se mencionó, es interesante apuntar que del relato de los delegados/referentes surgen gestiones a los docentes o, menos frecuente, a los coordinadores de las carreras. Tales gestiones los hacen sentir parte o protagonistas de ellas. Por ejemplo, cumplen un rol de ayudante docente en ciertos aspectos de la gestión de los cursos: «Más de una vez organizás el grupo». Así, los delegados/referentes sienten que se «transforman en un agente» y se sienten parte del proyecto del docente, pero en realidad esa agencia se da como una delegación de responsabilidades del docente, a título individual y no de forma asociativa, que no podría ser considerada como una participación proyectiva estudiantil.

d) Metaparticipación

En los grupos de discusión de Paysandú, se relatan situaciones conflictivas en el desarrollo de los cursos que motivaron diversas movilizaciones por parte de los estudiantes, gestionadas muchas veces por WhatsApp y lideradas, en algunos casos, por sus referentes/delegados y, en otras, de forma asociativa, tal como se describe en el objetivo 3. Tales formas de participación se corresponde con lo que Trilla (2011) entiende como la generación de nuevos espacios y mecanismos de participación. Por ejemplo, como se describe en el objetivo 3, ante la suspensión de cursos por falta de docentes, los estudiantes se movilizaron. Sin embargo, el reclamo no tenía relación con el derecho a participar, sino con la generación de formas y mecanismos de participación alternativas para incidir en la institución y solucionar un problema que los afectaba, problema que la universidad no lograba resolver de manera rápida con el consecuente riesgo de que los estudiantes perdieran el curso y se retrasaron un año curricular. Se observa entonces una forma de participación por fuera de los canales–espacios tradicionales de la universidad (gremio de estudiantes, comisiones, etc.).

La generación de la red estudiantil reviste aún mayor importancia por la amplitud que abarca, con un tipo de participación que involucra a los referentes/delegados con la institución, tal como se describe en el objetivo 3. Se da una participación principalmente simple, pero autogestionada por los estudiantes, en forma paralela, que funciona como vía alternativa, pero que en ocasiones interactúa con la institución por vías formales, a demanda de actores institucionales. Tal forma de participación es posible por el grado de empoderamiento de los estudiantes en la difusión de la información a partir del uso y manejo de las TIC, como se describe en el objetivo 5. La red estudiantil que se observa tiene características de la tipología metaparticipación: aparece cuando un colectivo se moviliza porque cree que los canales–espacios establecidos para ella no son suficientes o eficaces y establecen competencias personales y colectivas para poder ejercer un derecho. Los estudiantes generan así un nuevo espacio comunicacional alternativo y no oficial, por fuera de la institución, más eficaz, por el que gestionan la información con usos y prácticas 2.0 que implican complejos sistemas de gobernanza dentro de una red comunicacional compartida, horizontal y fragmentada. Paradójicamente ese espacio comunicacional no oficial es utilizado por la

institución por su rapidez y eficacia para difundir cuestiones oficiales y que corresponden a la gestión universitaria, tal como se describe en el objetivo 3: «A mí me han llamado de coordinación (de la carrera) y no sé ni cómo tienen mi número. Me dicen: “Si le podés avisar a (un profesor) que tiene que venir”, y yo le mando un mensaje», cuenta un referente estudiantil. Estos resultados constituyen un hallazgo a destacar en este estudio, ya que muestran un nivel superior de participación, aunque este se dé casi exclusivamente en relación con lo académico.

¿Cuál es el grado de interés de los estudiantes en los contenidos informativos que difunde la institución?

La web 2.0⁸ pone fin a la vieja división productor/consumidor⁹ en la gestión de la información. El concepto 2.0 se basa en la idea de «participación de la gente» en internet, un aspecto clave en la sociabilidad de esos espacios digitales. La producción pasa a ser compartida, los usuarios dejan de ser consumidores y pueden adquirir un rol de productor y consumidor. Sin embargo, el filtro de la información que se produce en esos espacios sigue siendo un punto de tensión no resuelto en la idea de usuarios «prosumidores» (productores y consumidores de información). También hay voces que señalan que la relación de las TICy las políticas y/o servicios públicos no cambiará las lógicas tecnocráticas y verticales consolidadas en el siglo XX. Por el contrario, su uso podría reforzar el control y la autoridad de las élites institucionales en lugar de reforzar la capacidad de intervención ciudadana (Hindman, 2009). En resumen, y sin entrar en el debate, existen al menos dos posiciones marcadas en la literatura respecto a la web 2.0 que permitió la revolución digital: por un lado, refuerza la capacidad de grandes instituciones y organizaciones para controlar y vigilar las sociedades y, por otro, impulsa nuevas capacidades en los individuos y los grupos para desarrollar un pensamiento crítico, coordinar, innovar y plantear alternativas concretas.

El concepto web 2.0 instala la pregunta *¿quién hace los contenidos?* y, en ese sentido, representa una alternativa al proyecto de web 1.0. O, en otras palabras, ¿se puede asumir que la intervención de las TICno modificarán las formas de actuar de las instituciones representativas y de las administraciones públicas? Autores como Bimber (1999), Gronlund (2002), Abramson y Morin (2003) y Margetts (2009) han demostrado, en varios ejemplos, cómo las TIC mejoraron las relaciones entre ciudadanía y las administraciones. También se puede constatar en software sociales que aprovechan la idea de «inteligencia colectiva» de Levy, mostrando cómo los servicios pueden mejorar en cuanto lo use mayor cantidad de gente: P2P (*peer to peer*, redes y aplicaciones de intercambio de archivos), YouTube, Facebook, los *wikis*, entre otros.

La web social 2.0 apuesta a la innovación del usuario, soportando el software social la interacción grupal. La red social incorpora la estructura sociotécnica que emerge como forma orgánica sobre la que se observan nuevos patrones de uso de las infotecnologías. La principal característica de los sitios web 2.0 es la posibilidad de generar comunidad y para ellos tales servicios deben brindar la oportunidad de compartir datos (agregados o mezclados) para concebir nuevos servicios.

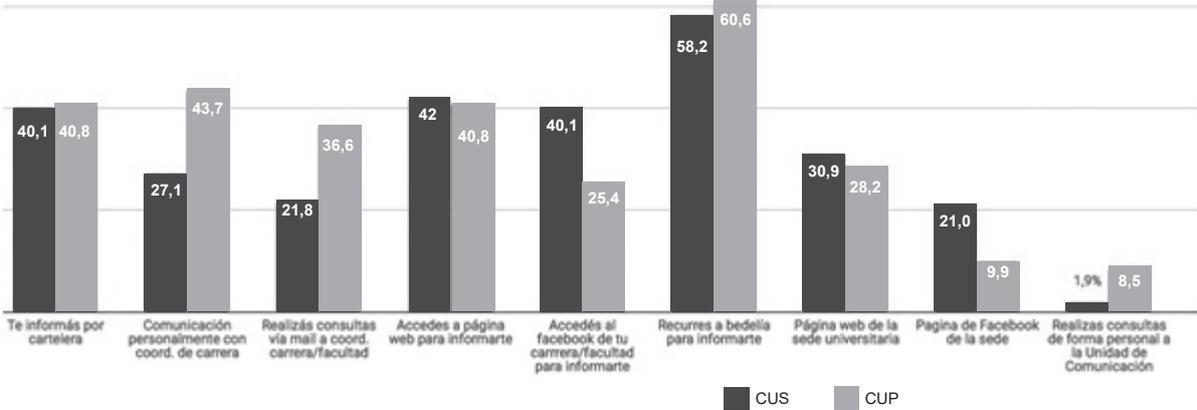
⁸ Concepto enunciado por O'Reilly y Musser (2006). Recuperado de: <<https://goo.gl/jUQU4o>>.

⁹ O'Reilly, T. y J. Musser (2005). Recuperado de: <<https://goo.gl/dtD62L>>.

Los datos de la encuesta arrojan (ver objetivo 2) que los estudiantes consultan los canales–espacios de comunicación dispuestos por la institución en un 50 %. La pregunta que surge entonces es: *¿Por dónde se informa el resto de los estudiantes si no es a través de los canales–espacios oficiales de la institución?* La interrogante se trasladó a los grupos de discusión. A continuación, se presentan los resultados que señalan un bajo interés en los contenidos institucionales por parte de los estudiantes, tal como surge de los grupos de discusión con los delegados y referentes estudiantiles de ambas sedes.

En los grupos de discusión se profundizó en los resultados que arrojó la encuesta sobre los canales–espacios de comunicación, tal como se muestra en el gráfico 12. Los resultados muestran que, si bien en la encuesta los estudiantes marcan, por ejemplo, a bedelía como el principal lugar de búsqueda de información (señalando además su utilidad), en los grupos de discusión, por el contrario, se constata que ese canal–espacio no posee una información de calidad para los estudiantes, quienes además lo identifican como un lugar hostil. Lo mismo ocurre con los sitios web oficiales, el Facebook de las sedes o las carteleras, principales canales–espacios señalados por los estudiantes para la búsqueda de la información.

Gráfico 12: Canales–espacios por dónde se informan los estudiantes



Fuente: Elaboración propia.

– La información que les interesa a los estudiantes les llega (más que buscarla) por diversos grupos de WhatsApp (ver objetivo 3) —cada estudiante está, por lo menos, en tres grupos— y es el canal–espacio por donde les llega la mayoría de la información. Cuando se les preguntó en el grupo de discusión: «¿La información les llega o la van a buscar?». Los estudiantes se ríen y afirman que siempre les llega lo que necesitan saber: «Yo nunca miro, siempre me pasan». Se les repregunta: «¿Confían en que lo importante llegará?». Y responden: «Claro, ahí va. Lo importante va a llegar. Fluye. Ni preguntes porque seguro llega. Yo creo que la información siempre nos llega, de alguna manera u otra. A mí nunca me pasó de no enterarme de un examen, no enterarme de un curso, no enterarme de algo». Se comprueba en los grupos

de discusión que la información institucional relativa a los cursos curriculares (exámenes, inscripciones, etc.), que es de interés para los estudiantes, siempre les llega, y que ellos la gestionan y se encargan de difundirla a través de los grupos de WhatsApp, que son generales y fragmentados. Además, los estudiantes utilizan WhatsApp para gestionar alertas y avisos al resto de sus compañeros: «Por WhatsApp avisamos todo. Tenemos un grupo y ahí es donde se manda toda la información, todas las dudas. Desde las fechas, desde horas, los salones, todo se manda acá, todo». En esos grupos no solo participan los delegados o referentes, también todos los estudiantes del curso, gestionando así una información que interesa y es útil para el colectivo; comenta un delegado: «No participa solo el delegado, el que tiene la información la manda al grupo. Puede ser cualquiera. Si a alguno le llega una información antes que al delegado, la manda. No es que todo me llega a mí, solo a mí. Hay profesores, por ejemplo que dicen: “mandame a mí también, por las dudas”. Entonces los profesores mandan las notas o lo que sea a varios y bueno, el que manda primero al grupo, manda».

– La información es autogestionada por los estudiantes dentro de una red comunicacional compartida, horizontal y fragmentada, con referentes que determinan tanto el contenido como el destino del mensaje y son, al mismo tiempo, emisores y receptores de mensajes multidireccionales. Los estudiantes referentes funcionan como nodos¹⁰ y realizan la función de *Gatekeeper*,¹¹ de la misma manera que funciona en los medios de comunicación. En los grupos de discusión comentan: «A veces, hay compañeros que son de buscar (información) y por privado te ponen: “mirá esto”, “sí, ponelo en el grupo”, le decimos». Otro referente estudiantil explica: «A mí me ha pasado, por ejemplo, que por mi interés vengo a averiguar cosas (a bedelía) y termino informando: “Gurises, miren que yo averigüé por mi lado y les va a ser útil a todos saber esto”. Capaz que generalmente somos los más inquietos los que preguntamos... Y ta, mandás la información, la largás en el grupo y nadie más se preocupó. Lo tuyo es palabra santa». A la pregunta de si envían la información como les llega a los grupos o si saben qué información está buscando el otro, o qué le interesa a un grupo determinado responden: «Claro, no es que me llega (la información) y digo: “ay, voy a mandar el *link*”. Yo leo antes. La filtro».

– Los referentes estudiantiles identifican, como buenos *gatekeepers*, qué información puede interesarle a qué grupo, y de esa manera no saturan los canales con temas que no son de interés para quienes conforman esos grupos. En cambio, señalan que la institución puede saturarlos de correos electrónicos con cosas que no les interesa: «Te llegan muchos correos de información, hasta cosas que no son para Paysandú, que son de Montevideo, pero que te llegan igual. No seleccionan, no hacen un filtro de quiénes son los que están en Montevideo y quiénes están en el interior. Porque hay muchas cosas de, por ejemplo, clubes deportivos, que hacen promociones, o cosas que acá no existen. O las librerías. Vos decís: “Ay, mirá”, y no, acá no está».

¹⁰ Entendemos en este trabajo que los espacios Tecnológicos, Geográficos y Sociales (TGS) son nodos, espacios donde confluyen parte de las conexiones de otros espacios reales o abstractos que comparten sus mismas características y, que a su vez, también son nodos que conforman una red. Estos espacios TGS son un lugar de observación clave de las nuevas tecnosociabilidades, de las relaciones que surgen y se difunden entre los actores sociales así como sus prácticas tecnológicas a través de las cuales se expresan sentidos y significados. De esta manera, Internet cumple una función primordial, es la herramienta que permite esas relaciones, y es en los espacios TGS donde circula la compleja relación entre distancias, territorios y sentidos que orientan las prácticas de los actores sociales.

¹¹ Persona que en un equipo de trabajo actúa como especialista de información, no solamente con capacidad reactiva, respondiendo eficazmente a las demandas de información que recibe de sus compañeros de trabajo sino también proactivamente, adelantándose a las necesidades de información antes de que sean percibidas.

– Se les pregunta a los estudiantes referentes que funcionan como *gatekeepers* dónde buscan la información que luego envían a los grupos de WhatsApp: «A mí, por ejemplo, me llega de los docentes o de la coordinación, me llega vía mail y yo lo replico en WhatsApp y Facebook». Otro apunta: «A mí me llega por parte de los docentes y por parte de la coordinación, que nos mandan al Centro de estudiantes derecho, también al gremio, al mail del gremio que pertenezco. Lo mandan y casi siempre estoy yo que lo veo y tengo que pasarlo. Siempre elijo pasarlo por dos vías, que es por Facebooky por WhatsApp porque hay gente que no usa Facebooky hay gente que no usa WhatsApp. Nos ha pasado de tener... tuvimos un compañero que tenía 70 y algo de años que no usaba WhatsApp, pero sí usaba Facebook».

– Si bien en la encuesta los estudiantes responden que «es de su interés» lo que informan las sedes universitarias, se confirma en los grupos de discusión que la información que publica la UC en las redes sociales como Facebook no es de su interés, y que solo la consultan unos pocos estudiantes, que si ven algo interesante lo difunden por WhatsApp: «Es que la información (del Facebookde la sede...), cuando no tenemos que hacerlo no lo hacemos. Es como, se recibe la información y estamos obligados porque somos estudiantes. Pero si no estuviéramos obligados, no es que andemos buscando porque es lindo o porque suben cosas buenas». El grupo se ríe y recuerdan: «Creo que cuando más hablamos del Facebookde la sede en el grupo de WhatsApp fue cuando publicaron un video de bedelía en el que decían que el *atendimiento* (lo dicen con ironía) era brillante, que quedamos asombrados del “buen *atendimiento*” que había tenido en el video». Y otro estudiante completa: «entonces, ta, se habló sobre eso y se bromeó sobre eso nomás. Y creo que fue una de las pocas veces que se pasó algo del Facebookde la sede al grupo de WhatsApp». Alguien contextualiza: «A veces hay que entrar (al Facebookde la sede) para enterarse de alguna cosa importante, algún curso de educación permanente o algo por el estilo». Otro estudiante apunta: «A mí me salta en el inicio» y le responde un compañero: «A mí, nunca». Y alguien aclara: «A mí tampoco. Tenemos compañeros específicos que no sé cómo hacen pero sí que lo revisan (Facebook de la sede) y cuando hay instancias como fueron los paros y lo del día del estudiante, que se decidió en esa semana abrir las puertas, se comunicó por WhatsApp y se sacó captura del aviso que estaba en el Facebookde la sede».

Las métricas digitales de las *fanpages* de ambas sedes confirman los comentarios que surgen en los grupos de discusión, ya que se observa un nivel bajo de interacción con las publicaciones de Facebook (2,7 %). El análisis de los datos secundarios del Facebookinstitucional podría confirmar el desinterés de los estudiantes por la información que circula en los canales–espacios 2.0 de la universidad.

– También se confirma en los grupos de discusión que se consulta muy poco la web institucional de los servicios y que la información que les interesa no les llega: «Yo creo que la única vez que entré a la web de la facultad de derecho fue para sacar la grilla. ¿Por qué? Para ver bien cuando se separa la carrera entre abogacía y notariado. Y ahora nos llevamos la sorpresa de que cambiaron. Nos recibíamos ahora al terminar el año, si teníamos todos los créditos, de procuradores públicos, y ahora lo cambiaron de ser en el quinto semestre, a séptimo u octavo». Otro apunta: «Yo, por ejemplo, a la web de la sede la utilizamos el año pasado porque la facultad de enfermería estaba organizando una jornada, entonces, ahí fue que tuvimos que recurrir porque estaba todo el programa, las definiciones de todo lo que necesitamos estaba ahí. Pero sino, no, no la utilizamos».

Las cosas que les interesa, fuera de lo curricular académico, dicen que no les llega: «Por ejemplo, ahora en enero o en febrero había un curso en Salamanca. Eso no sé si fue la facultad o qué, pero nadie se enteró en mi clase». Finalmente, comentan que la información extracurricular les llega por otros canales–espacios comunicacionales que no son los de la sede: «A mí puede que me llegue de algún docente particular o muchas veces son los compañeros que se enteran por esto o por aquello. Pero no hay una vía común para la difusión de todo eso sino que se difunde... según quién lo organice es cómo se difunde. De las becas, de los que solicitaron becas, recurren a esa web, pero sino, después no hay aviso de ningún tipo de cuándo son las fechas para solicitar, de qué es lo que se necesita, de dónde se reúnen, etc.».

– Los estudiantes organizados en los grupos de WhatsApp identifican claramente la información de su interés y saben en qué canales–espacios buscarla. Además, saben que lo que envían será interés del grupo. «La información que no te interesa te llegaba cuando estabas en primero, recién ingresado. Te llegaban los juegos que iban a hacer en no sé qué cosa, la feria de no sé qué... Te terminabas borrando de los grupos. Eran 700 mensajes en un rato... Ahora, por ejemplo, nos llega la información a un grupo de WhatsApp que este año tenemos un congreso mundial de Psicomotricidad en Uruguay. Esa información surge de Facebook, por un señor principal de la carrera, que no me acuerdo cuál es. (Alguien le responde: “¿Juan Mila? ¿El director de la carrera?”) Sí, exactamente. Entonces, él está posteando cosas en Facebooky de ahí lo sacamos y lo transmitimos por WhatsApp a las compañeras. Entonces es una información confiable». Se les pregunta cómo saben que esa información le interesará al grupo y responden: «Porque en este caso es un congreso de nuestra carrera. Y también, por ejemplo, yo cuando informo a mis compañeras, busco leer también del informativo o cosas que les interese».

– También los estudiantes referentes tienen canales–espacios comunicacionales donde buscar la información de interés más allá de lo estrictamente curricular: «Por ejemplo, algunas jornadas que organiza el centro o la Asociación de abogados, la Asociación de escribanos, cosas así... O hace poco sobre la Fundación Down, por ejemplo, y como estamos ahí los delegados de derecho que nos interesa esos temas, nos llega la información o la vemos en Facebook, o en alguna publicación, entonces sacamos la foto de esa información y la mandamos al grupo y que decidan si quieren ir o no. No es algo que sea competencia del delegado, sino que lo hacés por compartir». Otro confirma lo dicho: «A mí me pasa lo mismo. Eventos o talleres también».

– Otro hallazgo en los resultados es la resistencia de los estudiantes con un canal–espacio comunicacional tan importante como bedelía. En los grupos de discusión señalan que es un espacio «hostil», «que falta mucha información», «inútil», o que tienen un horario de atención al público que es insuficiente: «A una compañera le pasó en Psicología que, en bedelía, iban varios a inscribirse en una materia y le dijeron: “No, no, que venga solo el delegado”. Y cuando el delegado fue a inscribir a todos, habían cerrado todo y se quedaron todos sin la materia». Otro estudiante apunta: «A nosotros nos ha pasado que hemos tenido muchos problemas con bedelía por las inscripciones a los exámenes. Nos inscribimos a los exámenes por el sistema y vamos, nos presentamos, lo damos y tenemos el número de control, pero vamos a entregar el examen y el docente dice: “Ustedes no están en el acta”. Y, ¿cómo hacés? Porque bedelía te abre dos horas de mañana y dos horas de tarde». Otro estudiante agrega: «A nosotros nos ha sucedido con diferentes compañeros y muchas veces también vas a preguntar algo y no saben». Otro estudiante dice: «Empiezan a preguntar ahí adentro y a ver qué pasa... Una vez nos hicieron inscribir en una materia a toda la generación y cuando estábamos ahí, ya habían inscriptos 100 personas, dicen: “a no, pero eso correspondía a generaciones anteriores, ustedes no tienen que inscribirse, ya están inscriptos”. Y lo habíamos preguntado tres o cuatro veces». Finalmente todos acuerdan que no tener una bedelía centralizada para todas las carreras es disfuncional: «Porque los que están ahí abajo no saben todo de todas las carreras».

– Los estudiantes identifican como más fiable la información institucional que circula por los grupos de WhatsApp (gestionada por los estudiantes) que la información que brinda la misma bedelía. Explican que han agregado a estudiantes que recursan, de otras generaciones, que piden estar en los grupos para estar informados: «Lo que pasa es que, muchas veces, la información que corre en el WhatsApp conseguirla por bedelía te podés morir de angustia. Que tenés que venir, pedir hora, llegar en la hora que tienen que atenderte, el teléfono olvidate que te van a atender, en la vida te atienden el teléfono. Ni ágil ni confiable ni útil ni nada. Bedelía termina siendo de terror».

– Los estudiantes desarrollaron estrategias comunicacionales para llegar a la información que gestiona bedelía. Se les preguntó: *¿Cómo llegan a esa información que gestiona bedelía?* «Y nada. Es esa: uno que hace la cola y se lo pasa al grupo. Sino por los profesores o por los coordinadores de la carrera que terminamos haciéndolo por ese lado. Y a nosotros nos pasa que de EUTM sabemos, por ejemplo, cuál de los de bedelía es el que sabe. Entonces vas a la cola y decís: “¿no querés pasar vos?”. Porque te va a tocar con el que no sabe».

– Otro de los canales–espacios comunicacionales que no cuenta tampoco con buen prestigio por parte de los estudiantes son las carteleras institucionales de las sedes, ya que la información está desactualizada o no está claramente visible. Las carteleras, sostienen: «Tienen información creo que de 2016, había un cartel». Otro estudiante agrega: «Y son carteleras chiquitas que pasás en la entrada y tenés que ser muy observador para verlas al lado de la ventana, allá, perdida, entre las carteleras. Nosotros, sinceramente, la verdad, que nunca nos enteramos de nada». Alguien aclara: «Nosotros nos enteramos de un curso de inseminación, creo que era, que lo habían pegado en el piso de abajo en una columna y lo veías si pasabas, fue como que de rebote “lo dejamos acá, el que quiera que entre”. Con un compañero habíamos visto en EVA justo un curso que nos había interesado, que era de aptitud de padrillo y estudiar el semen y todo eso. Y nos fuimos a inscribir. Pero fue porque lo vimos en EVA. Resultaba que teníamos que pagar como estudiante cinco mil pesos y como egresado diez mil. Más que era en Montevideo el primer día, el segundo en Canelones y nosotros como estudiantes pagábamos cinco mil, más el viaje a Montevideo, más el viaje a Canelones, más la estadía allá. Entonces, acá, en Salto, nunca te hacen ningún curso de nada optativo. Nada. Nunca. Ese que te digo de inseminación lo pusieron el día de un parcial. ¿Quién iba a ir?».

– Se les preguntó también si eran de su interés las actividades culturales que organizaba la institución y si acudían a ellas. Los estudiantes mencionan que no hay buena difusión. Sin embargo, se constata que algunas actividades se publican en el Facebook de las sedes, tal como confirmaron los coordinadores de comunicación y tal como arrojó el estudio de contenido de las plataformas. Los estudiantes señalan que algunas son de su interés, pero que se enteran cuando ya pasaron, saben que hay un ciclo de cine, pero no saben qué películas se proyectan ni cuándo, y otros dicen que no se difunden mucho las actividades por parte de la sede. Un estudiante señala que le consta que el Facebook de la sede publica actividades, pero que a ellos no les llega y que deben ingresar al Facebook para enterarse. Este comentario es interesante, porque deja al descubierto que la difusión y circulación de la información es por WhatsApp —canal–espacio por donde les llega la información y aceptan o descartan de acuerdo con su interés—, y que la mayoría de los estudiantes no realizan el siguiente paso de contrastarla o ir a buscar al canal–espacio original. Otro estudiante explica que no entran al Facebook de la sede porque tiene muy poca actualización: «No es que sea interesante como para andar buscándolo todos los días, porque sabes que entras un día, no hay nada, entras al otro día y no hay nada, entras otra vez y no hay nada... Es que no hay muchas cosas que sean interesantes para los estudiantes». Alguien más comenta: «Soy presidente de una asociación literaria. Cosas culturales acá abajo... Tenés que encontrar una cartelera allá de vez en cuando, y aviso, difusión, por parte de las sedes no existe de esas cosas. Los que lo organizan tienen que extralimitarse para poder difundirlo, para que llegue a alguien. Porque todo lo que es cultural, y lo sé por experiencia, tenés tres o cuatro personas, y son siempre los mismos». Nuevamente se constata que la gestión de la información sobre actividades culturales que son de su interés se autogestionan en los grupos de WhatsApp. Por ejemplo, hay dos grupos de WhatsApp creado para tales fines: «Miren, gurises» o «Les paso el afiche de la invitación».

– Se observa que para cualquier tipo de estrategia que desarrollan los estudiantes con el fin de obtener la información que es de su interés, WhatsApp es una herramienta clave, un nodo por el cual confluyen las conexiones y flujos tecno–comunicacionales, un puente que une los espacios tecnológicos, geográficos y sociales. Cuando se les pregunta: ¿Qué información específicamente circula o ustedes buscan por WhatsApp?, ellos responden: «sobre todo materiales y las horas de las clases, el día a día, lo cotidiano, el contacto directo con el profesor... A veces se mandó una tarea y faltó mucha gente y se pone en el grupo: “che, mirá que en tal materia pidieron esto”. ¿Entendés? Para que estén todos comunicados». Se les pregunta qué ocurre si el estudiante que no fue recibe la información y tiene dudas, y ellos responden que el mismo grupo también se lo explica por WhatsApp, pero que el docente es el último recurso. Se les pregunta entonces si no utilizan el espacio de EVA, donde existen foros creados específicamente para consultar dudas; y responden: «los estudiantes tienen contacto con EVA durante el primer año, digamos, después se pierde o empieza a bajar. Y no en todas las materias usamos el EVA. Más que nada son las

materias que tienen mucha letra: Evaluación, Historia, Teorías, Lenguaje y Comunicación, Sociología. Tienen muchas letras o mucho material».

– Se desprende de los grupos de discusión que el canal-espacio de EVA es utilizado por los estudiantes como un repositorio de materiales de estudio, ya que las otras funciones de EVA tienen una limitación debido al desconocimiento del uso de los docentes: «la mayoría de los docentes no las conocen (herramientas de EVA), no las manejan y lo único que hacen es poner los archivos, poner los libros, poner las etiquetas de información que haya y listo». También comentan que los docentes que usan EVA avisan a los estudiantes de las acciones que realizaron en esa plataforma por WhatsApp. Uno de los referentes comenta: «El año pasado se creó a principio de año un espacio en EVA que se llama Psico Salto en EVA. Y como que todos los estudiantes de psicología tenemos que estar matriculados ahí porque se difunde información básicamente oficial. La cosa es que hay docentes que no saben usarlo y mandan por mail... son dos o tres docentes los que utilizan activamente eso. Y, a su vez, hay personas a quienes no les llegan los mails cuando se sube algo. Entonces hay gente que hace captura y la sube a Facebook». Otro señala que: «En nuestro caso, hay un aula virtual para cada materia y los docentes suben la mayoría de los materiales a las aulas y no tenemos problemas. Es más, las materias más importantes, las que abarcan varias cosas tienen esa aula y va toda la información ahí. Deja la etiqueta. Asimismo los docentes avisan por WhatsApp: “miren que dejé etiqueta de tal cosa”. Entonces siempre hay esa doble vía de que comunican en EVA para que sea algo oficial pero comunican también por WhatsApp para avisar que ya está la etiqueta». Y otro referente apunta que: «nosotros, en este semestre, no tenemos a ningún docente que utilice EVA. Ninguno». Para más información de este punto, ver objetivo 3.

Los estudiantes apuntan que la facilidad que brindan otras plataformas no las tiene EVA, lo que complica su uso. Los estudiantes apuntan que: «Pasa que en EVA te pide el usuario, la contraseña para entrar al curso. Te tranca un montón», y el resto de estudiantes está de acuerdo. Y otro agrega: «Sí, yo creo que nos acordamos más de la contraseña del Facebooko lo tenemos abierto en el celular. La aplicación te ayuda mucho». Otro estudiante vuelve sobre las limitaciones de los docentes en el uso de EVA como una dificultad añadida: «O a veces pasa en las carreras que, por ejemplo, lo maneja uno. En Anatomía, lo maneja la directora. Entonces la docente pasa todo a la directora y la directora sube a EVA. Pero, por ejemplo, nosotros si no tenemos acceso al curso y la clave, EVA no la usamos». Más allá de las complicaciones que señalan los estudiantes de la plataforma EVA, hay estudiantes que son firmes defensores de ese espacio: «Es que, para mí es útil EVA. Pero depende mucho del profesor, no depende del año en el que estés». Y otro referente concuerda en que es útil: «Es lo más organizado. En EVA se pueden hacer trabajos escritos en grupo, se puede ir editando, etc. Que, tal vez, en WhatsApp, no podés hacerlo y en Facebook, tampoco. Entonces se usa EVA para hacer trabajos virtuales, vamos a decir». Sin embargo, todos los estudiantes explican que están en tres o más grupos de WhatsApp y que es la plataforma que todos utilizan: *¿Qué plataforma utilizan más: WhatsApp, EVA o Facebook?*, se les pregunta y responden a coro: «WhatsApp», y alguien agrega: «todo pasa por WhatsApp».

En resumen, el uso de las herramientas 2.0 es una posibilidad para gestionar la información y la comunicación dentro de un nuevo espacio TGS (Olivera, 2015), pero para ello, se debe modificar las estrategias comunicacionales. El espacio de control y verticalidad informacional ya está dado por la web institucional. La herramienta 2.0 debe incorporar la flexibilidad y habitabilidad de los espacios TGS. Allí, el espacio físico es la virtualidad, los actores de la comunidad pueden trasladarse geográficamente y socializar a partir de dispositivos electrónicos como los *smartphones* en aplicaciones como WhatsApp u otras, de forma horizontal y colaborativa, a partir de lo que Levy llamó «inteligencia colectiva». En esos espacios la gestión de la información es una tarea compartida, no hay un solo gestor como en la web. Ejemplos de gestión de esos espacios son las plataformas como Wikipedia, la plataforma creada y gestionada por estudiantes de la FIC (Adán) o los grupos de estudiantes del Cenur LN, tal como demuestra este estudio. Esos grupos de estudiantes del Cenur LN, a partir de herramientas 2.0 como WhatsApp o

Facebook, generaron sus propios canales–espacios de comunicación que radican en complejos sistemas de gobernanza, con comunidades que han desarrollado sus propias reglas para gestionar sus intereses y recursos comunicacionales e informacionales.

En estos casos, la gestión de tales espacios TGS no recae sobre un funcionario, sino sobre el colectivo, quienes pueden hacer un rápido seguimiento a las demandas de la comunidad porque gestionan tiempo e intereses (o «bienes comunes») en beneficio de toda la comunidad estudiantil, tal como plantean autores como Subirats (2012 y 2013), Barbieri (2014), Holder y Flessas (2008), Ostrom (1990) y Benkler (2006). En este sentido, Barbieri (2014) esquematiza la idea de los bienes comunes explicando que: «no son ni espacios ni objetos. Los bienes comunes están compuestos por tres elementos: unos recursos, unas comunidades que comparten dichos recursos y unas normas desarrolladas por dichas comunidades con el objeto de hacer sostenible todo el proceso. Es decir, los bienes comunes son: a) sistemas de gobernanza o de gestión compartida de recursos, b) sistemas desarrollados por determinadas comunidades, y c) sistemas que tienen normas, reglas identificables. Esto quiere decir que hemos aprendido a mirar los bienes comunes menos como sustantivos (el bien común) y más como adjetivos (lo común)» (p. 111).

Conclusiones

Tensiones entre las prácticas comunicacionales 2.0 (bidireccional) y las formas de comunicación tradicional (unidireccional)

La instalación del Cenur LN implica un desafío en la región por la complejidad y el reto de integrar una gran diversidad de servicios y formas diferentes de gestión, tradicionales e históricas, de cada sede (Salto y Paysandú) y que ahora conforman un territorio común con el objetivo de consolidar un centro universitario regional. En ese marco, llegar con la información y la comunicación a todo el territorio no es una tarea sencilla, como afirman los responsables de la comunicación del Cenur LN, y reconocen que las TIC podrían ser una herramienta que facilite y habilite el acceso en la construcción de lo que llamamos en este estudio un nuevo espacio TGS (Olivera, 2013). El Cenur LN está ahora atravesado por esos espacios TGS y lo tecnológico atraviesa lo geográfico y lo social, permitiendo novedosas lógicas y formas de producción, circulación y apropiación de la información en un contexto de cambio tecnológico continuo y rápido. Sin embargo, las posibilidades abiertas por las TIC en la construcción colectiva, colaborativa y horizontal del desarrollo de la inteligencia conectiva no han podido implementarse en el Cenur LN, entre otras cosas, por las limitaciones estructurales de las UC y por la falta de un plan comunicacional a nivel político institucional.

En la actualidad, las TIC permiten crear nuevas prácticas y lógicas de participación configuradas por relaciones nuevas y múltiples entre el espacio–tiempo–lugar, entre los actores sociales. Las innovaciones tecnológicas pueden generar estrategias colaborativas, participativas y de intercambio entre los actores sociales. Los espacios TGS están mediados por prácticas socioculturales y por características tales como la distancia, el territorio, la pertenencia y la sociabilidad. Los espacios TGS son una oportunidad para incorporar lógicas y prácticas diferentes de participación colectivas y colaborativas, más abiertas que los espacios de gestión tradicional de la información y la comunicación.

El principal desafío para incorporar nuevas estrategias comunicacionales 2.0 que permitan generar entre los actores sociales nuevas prácticas y lógicas de participación configuradas por relaciones múltiples entre el espacio–tiempo–lugar en la complejidad del territorio del Cenur LN, no es un problema técnico ni tecnológico sino político. El reto es cómo adaptar las nuevas prácticas y lógicas comunicacionales a una forma residual de gestionar la comunicación marcada, por ejemplo, en la forma de vincularse con servicios que muchas veces gestionan de forma independiente su información y comunicación; con diversos intereses políticos entre las sedes que no siempre convergen; con prácticas y lógicas comunicacionales tradicionales que se resisten a la interacción que posibilitan las TIC y que, además, interpelan las mediaciones y las lógicas centralizadas, verticales y jerarquizadas de las prácticas comunicacionales universitarias que tienen fuertes vinculaciones con los medios de comunicación locales; entre otras dimensiones.

El problema sustancial, entonces, es esclarecer si los cambios tecnológicos serán incorporados por la administración del Cenur LN para promover y asociarse en nuevos modelos de mediación y representación social, sin la mediación instrumental y limitada de la comunicación unidireccional. Por ejemplo, incorporando los debates, intercambios, discusiones y propuestas participativas generadas en las múltiples plataformas comunitarias.

Comunicación 2.0 (WhatsApp) y prácticas relacionales de los estudiantes

La inclusión de nuevas prácticas asociadas con el uso de las TIC pone en juego elementos que suponen el desarrollo de algunas habilidades distintas a las requeridas en la lectura y escritura clásicas, al tiempo que constituyen en sí nuevos marcos de socialización y de vinculación a redes sociales. Por ejemplo WhatsApp, que es generador de dinámicas intergrupales paralelas al propio desarrollo no virtual y es una fuente socializadora en constante cambio. Además, tal como lo muestran los datos cuantitativos y cualitativos del estudio, WhatsApp es el principal canal-espacio por el cual circula la información y comunicación entre los estudiantes: «Yo creo que todo pasa por WhatsApp y de allí se dirige la información a otros grupos generales o fragmentados».

Un hallazgo interesante es que el celular, además, para muchos estudiantes, se transformó en la pantalla principal de trabajo y reemplazó, en algunos casos, a la computadora o, incluso, la sustituyó. Los estudiantes confirman en los grupos de discusión que el porcentaje de conexión y uso de los teléfonos móviles es casi del 100 % (ningún estudiante recuerda a algún compañero que no tuviera un *smartphone*). Para varios estudiantes, el celular es más que una herramienta de comunicación: es la principal herramienta de trabajo.

Las nuevas formas de relacionamiento o construcciones tecnosociales emergen como consecuencia del despliegue de las nuevas tecnologías y visibilizan que Internet no es sólo una herramienta que permite acortar distancias, sino una herramienta que debiera ser entendida como un espacio social en sí mismo, donde las relaciones se hacen presentes. Se señala que esas formas de relación tecnosociales habilitan nuevas extraterritorialidades, ya sean físicas o virtuales, que generan un espacio TGS, que afectaría e incluiría a los estudiantes que estarían concibiendo nuevos modos de interacción y estrategias en sus formas de comunicar.

Las formas relacionales, de comunicación, entre estudiantes y docentes, es otro hallazgo en este estudio, donde WhatsApp se configura como la herramienta 2.0 en la cual se produce la convergencia del resto de las herramientas 2.0 utilizadas (email, EVA, PPT, etc.). Se desprende de este estudio que frente a la disfuncionalidad de los canales-espacios oficiales, tal como manifiestan los referentes y delegados, los estudiantes comenzaron a desarrollar estrategias alternativas para acceder a una información actualizada, inmediata y de calidad. En ese escenario cobra relevancia un actor clave, el delegado/referente que se establece como un nodo en la red comunicacional universitaria, un nodo que es atravesado por el flujo informacional de los estudiantes, docentes y la misma institución. En esa red aparece la plataforma WhatsApp que gana cada vez más espacio entre los diversos actores y por la cual converge el resto de los canales-espacios oficiales de comunicación: Facebook, carteleras, bedelías, mails, sitios web de los servicios, entre otros. WhatsApp permite vínculos muchos más directos y rápidos en pro de la gestión de un bien común, tanto entre los estudiantes como entre los docentes y estudiantes. Es importante señalar que esas formas tecno-comunicacionales dependen, o quedan sujetas, a las características que presentan los cursos, cantidad de estudiantes o modalidades.

Los estudiantes gestionan la información y la comunicación a partir de usos y prácticas comunicativas digitales que radican en complejos sistemas de gobernanza, con comunidades que han desarrollado sus propias reglas para gestionar sus recursos, dentro de una red comunicacional compartida, horizontal y fragmentada, con referentes que determinan tanto el contenido como el destino del mensaje y son, al mismo tiempo, emisores y receptores de mensajes multidireccionales.

Otro hallazgo es la relación estudiantes-institución que termina derivando en una relación institución-delegados-estudiantes, mediada casi siempre por la figura del delegado/referente como nexo, que asume cada vez más responsabilidades «oficiales», y que terminan siendo avaladas no solo por los estudiantes, también por la institución. Es importante destacar, como ya se mencionó, la diferencia de la figura del referente en Paysandú (cuya existencia no es propiciada por la institución) y el delegado en

Salto (elegido por votación y con el amparo institucional), que se traduce en unanotoria vulnerabilidad en la toma de decisiones en el caso de los referentes.

Incidencia de la comunicación institucional 2.0 en las formas de participación estudiantil

El grado de participación de los estudiantes de las sedes Salto y Paysandú del Cenur LN (como se desarrolla en el objetivo 4) es bajo, tanto dentro de la universidad como fuera de ella. Los resultados de las distintas técnicas muestran que el grado más bajo de interés se da en relación con la participación política, tanto en referencia a la gestión política universitaria como a la política partidaria (no alcanza a un 10 %). Un poco más alto (entre un 10 % y 12 %) es el porcentaje que manifiesta participar en actividades de carácter social o actividades extracurriculares en las sedes. Tanto en Paysandú como en Salto, la mayor participación se da en el entorno académico, en especial en relación con aspectos instrumentales para el desarrollo de los cursos. En la mayoría de casos, los estudiantes actúan como usuarios del sistema universitario y tienen un alto grado de interés en los temas curriculares (sobre todo las asignaturas y la carrera).

La incidencia de los canales–espacios digitales institucionales sobre las formas y niveles de participación estudiantil también es baja. La tipología de participación que predomina es la que se denomina en este estudio «simple», centrada sobre todo en temas académicos, a partir de formas individuales y con carácter formal institucional. La baja incidencia de los canales–espacios institucionales se explica, entre otras dimensiones, en la confluencia de diversos factores, como: las dificultades para implementar una política comunicacional 2.0 por parte de la institución y la brecha subjetiva de lo que la institución cree que les interesa a los estudiantes y el interés real de los estudiantes. Las UC han comenzado a avanzar en ese sentido, pero no tienen los recursos para gestionar los canales–espacios 2.0 ni desarrollar su potencial participativo, además de que no existe un plan político estratégico comunicacional institucional que contemple generar una pertenencia e identidad—de ambas sedes— al proyecto regional Cenur LN, incorporando lógicas participativas consultivas y proyectivas tal como apuntan los coordinadores de las UC: «Creo que no hay que buscar una manera de diferenciar que yo estudio en la EUTM Cenur LN y que soy distinto a la EUTM en Montevideo. Sin embargo, hay un sentido de pertenencia de lo local que creo que es saludable que se afiance, porque estar en un centro interdisciplinario te da distintas oportunidades. Hay características que hacen diferente a un estudiante, ni mejor ni peor, distinto de un estudiante que se forma en un centro en el que conviven distintos servicios universitarios que el que se forma en un centro donde solo están estudiantes y docentes de esa carrera. Creo que ese es el gran valor que tiene el Cenur LN para posicionarse y me parece que ahí es donde nos falta todavía “identidad y pertenencia” en la región».

Si bien los resultados pueden leerse como una evidencia en contra de las posturas que relacionan directamente las prácticas digitales con la participación de los jóvenes, hay características que sugieren otras interpretaciones. En ese sentido, se destaca en este estudio la red creada por los estudiantes, tal como se analiza en el objetivo 4. En otras palabras, se observa que, entre otras dimensiones, las TIC generaron, desde el punto de vista de las teorías de la comunicación y la política, alteraciones importantes en la construcción de un nuevo pacto y orden político–comunicacional (respecto de los planteamientos más clásicos sobre la política y la toma de decisiones públicas) a partir de la participación estudiantil paralela desarrollada en el marco de nuevos espacios TGS. Los estudiantes instituyen y constituyen prácticas tecnosociales participativas, horizontales y fragmentadas, gestionadas y administradas a partir de sistemas propios de gobernanza dentro de un nuevo espacio TGS, con referentes estudiantiles que muchas veces determinan el contenido de la red, y de la cual funcionan como nodos o puentes en la emisión y recepción de mensajes multidireccionales. Los estudiantes interactúan en los espacios TGS generando lógicas y temporalidades diversas que condensan nuevas formas de relación con el espacio, el tiempo y el lugar, concibiendo a la vez fenómenos de integración y exclusión informacional y comunicacional.

En resumen, el proyecto político del Cenur LN deberá pensar cómo incorporar estrategias que articulen los espacios TGS que *habitan* los estudiantes, para que esos entornos virtuales no se conviertan en una forma simple de participación desvinculada de los principales núcleos temáticos y resolutivos de la institución universitaria. Como se desprende de este estudio, la «metaparticipación», que cuenta con un fuerte componente tecnológico, está contribuyendo a producir cambios en los cuales los estudiantes se adaptan y crean nuevas necesidades tecnosociales que indicarían otras formas de gestión, además de las tradicionales (como se describe en la relación referente/delegado–institución), y de socialización juvenil. Tal figura (referente/delegado) cobra a su vez mayor importancia para la institución. La institución y los docentes se benefician de esa figura —que gestiona de manera rápida y fluida la información— para lograr mayor alcance y efectividad en la comunicación con los estudiantes. La institución acepta en esas prácticas, de forma implícita, la difusión de una información «parainstitucional» al enviarla por un canal–espacio estudiantil que no tiene carácter oficial.

El cambio complejo en los procesos de tecnosociabilidad supone una incorporación muy rápida de prácticas, lógicas y relaciones en las actividades de sus vidas cotidianas. Los estudiantes —que transitan, habitan, conviven y comparten los espacios TGS— deben adaptarse y entender un nuevo paradigma mediacional compuesto por nuevas formas de intervención y apropiación social, que crean al mismo tiempo nuevas dinámicas y lógicas de relacionamiento que no se podrían entender sin las TIC (intercambio de roles emisores y receptores de comunicación, relaciones y participaciones en redes virtuales digitales, modelos de enseñanza virtual, etc.).

Grado de interés de los estudiantes en los contenidos informativos institucionales

Los responsables de comunicación del Cenur LN saben que la idea de una Universidad 2.0¹², a partir de herramientas 2.0, es una posibilidad para consolidar los objetivos fundantes del proyecto político comunicacional: a) vinculación de las sedes con la comunidad; b) difusión de la oferta académica y; c) difusión de actividades diversas de las sedes para tener presencia en el territorio. Los equipos de comunicación también identifican que para lograr conseguir un espacio de comunicación abierto a toda la comunidad universitaria y al conjunto de la sociedad es necesario generar participación y comunidad. Sin embargo, tal como se desprende de este estudio, la información en los canales–espacios institucionales es consultada en un bajo grado por los estudiantes, quienes manifiestan además poco interés en la información que publican. Por otra parte, se confirma que la información que más buscan los estudiantes (información de cursos curriculares y cuestiones académicas) es la que menos publica la institución.

Un hallazgo importante de este trabajo es que los estudiantes manifiestan que a través de las redes comunicacionales que establecieron, principalmente por WhatsApp, la información, más que buscarla, les llega, que todo lo que es de su interés o necesitan saber les llega: «Lo importante va a llegar. Fluye. Ni preguntes porque seguro llega». La información es autogestionada por los estudiantes dentro de una red comunicacional compartida, horizontal y fragmentada, con referentes que determinan tanto el contenido como el destino del mensaje y son, al mismo tiempo, emisores y receptores de mensajes multidi-

¹² Más información en: <<https://www.nuevarevista.net/revista-sociedad/los-retos-de-la-universidad-20/>; <https://www.agencia-sinc.es/Noticias/La-Universidad-2.0-una-institucion-mas-social-abierta-y-participativa>>.

reccionales. Los estudiantes referentes funcionan como nodos y realizan la función de *Gatekeeper*, de la misma manera que funciona en los medios de comunicación. Tales referentes estudiantiles identifican qué información puede interesarle a qué grupo (generales y fragmentados, especialmente a través de WhatsApp), y de esa manera no saturan los canales-espacios con temas que no son de interés para quienes conforman los grupos. Los referentes obtienen la información, que luego difunden por la red del colectivo, de los canales-espacios institucionales, de la coordinación de las carreras, de los órganos de cogobiernos, por los docentes, por el gremio o buscan otros canales-espacios extracurriculares, por fuera de la institución. Los estudiantes también coinciden que es bastante organizada la red y que todos son conscientes que «no se jode» con ese espacio, porque una broma o *fakenews* puede perjudicar a varios compañeros. Coinciden que la información de la red que gestionan es más fiable que la información que brinda la institución, y desarrollaron estrategias para obtener la información de Bedelía, por ejemplo, que identifican como un canal-espacio desorganizado, hostil, poco útil y eficaz. Los estudiantes manifiestan además tener tres o más grupos de WhatsApp (que es la plataforma que todos utilizan y en la cual convergen todas las otras plataformas, incluso EVA); y que los docentes cada vez más se comunican con ellos también por WhatsApp.

En resumen, lograr que los usuarios participen y colaboren en los canales-espacios comunicacionales de la universidad 2.0 no es tarea sencilla, y plantea un reto a las instituciones que tradicionalmente fueron cerradas y con una fuerte estructura vertical. La tensión entre la adopción de un enfoque 2.0 en una institución tan jerarquizada como la universidad presenta, además, una serie de desafíos para conformar una comunidad participativa, donde el principal reto es captar el interés de una comunidad universitaria tan heterogénea y fragmentada como la del Cenur LN (ver resultados objetivo 1).

Tal como se desprende del estudio, la falta de concreción de un plan estratégico político comunicacional para el Cenur LN (resultados objetivo 1) es una barrera para generar estrategias claras de captación de interés y para la conformación de comunidades estudiantiles con identidad y pertenencia.

Es importante destacar que el proyecto Cenur LN es aún muy reciente y tiene una gran complejidad sobre el territorio, debido a la gran diversidad de servicios educativos a diferencia de servicios universitarios como los de Montevideo, en los cuales el estudiante se forma en un centro que tiene una sola carrera. Tal complejidad dificulta aplicar una política y estrategia comunicacional sobre el territorio regional. En ese contexto, se apunta el importante trabajo de las UC de las sedes, que con pocos recursos deben gestionar y converger la comunicación de Salto y Paysandú en un proyecto regional único.

Por último, este trabajo deja planteada futuras líneas abiertas de investigación sobre cuestiones que deberán estudiarse con mayor profundidad, tales como: ¿Los cambios tecnológicos serán incorporados por instituciones como el Cenur LN para promover y asociarse a las actividades de los estudiantes en las redes sociales y así explotar nuevas formas de participación generadas en los espacios TGS? ¿El plan político y comunicacional universitario tendrá en cuenta la creciente complejidad comunicacional y los nuevos modos de relación así como los procesos de referencialidad que se tejen en los espacios TGS? ¿Cómo incorporará la universidad una perspectiva plural para pensar en los ejes vertebradores de la «identidad y pertenencia» de sus estudiantes, la interconexión 2.0 y la política multidimensional institucional para favorecer la implicación y participación estudiantil en los asuntos generales?

Vista la baja participación de los estudiantes en la institución, en sus diversas formas, ¿cómo implicar a los estudiantes en la propia gestión y actividad docente e institucional de la universidad? ¿Qué tipo de participación quieren o demandan realmente los estudiantes? ¿Cómo la universidad, una institución de tradición comunicacional jerárquica, puede incorporar la participación estudiantil 2.0 en sus diversas facetas?

Bibliografía

ABRAMSON, M. A. y MORIN, T. L. (Ed.). (2003). *E--Government 2003*. Oxford, Reino Unido: Rowman & Littlefield Publishers.

AGESIC. (2012). *e-Participación. Conceptos básicos y buenas prácticas*. Recuperado de: <<https://goo.gl/oDvPDh>>.

AGUIAR, S. (2012). «Movimientos sociales juveniles en Uruguay: situación en las últimas décadas y escenarios prospectivos». En *Revista de Ciencias Sociales (RECSO)*, 3(3), 38–66. Recuperado de: <<https://goo.gl/rLmUVf>>.

ALBARRACÍN, A. P., y CHACÓN, L. M. G. (2016). «Participación ciudadana de estudiantes en los escenarios de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), desde las concepciones sobre democracia y ciudadanía». En *Itinerario Educativo*, 29(66), 139–167. doi: <<https://doi.org/10.21500/01212753.2217>>.

ALTAMIRANO, V., VALAREZO, K., y ORDÓÑEZ, K. E. (2013). «Participación estudiantil e interacción en redes sociales universitarias». En *Question*, 1(40), 1–20. Recuperado de: <<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32738>>.

BARBERO, M. J. (2001). «Reconfiguraciones comunicativas de lo público». En *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 26, 71–88. Recuperado de: <<https://ddd.uab.cat/record/820>>.

BARBIERI, N. (2014). «Cultura, políticas públicas y bienes comunes: hacia unas políticas de lo cultural». En *Kult--ur*, 1(1), 101–119. 2014. doi: <<http://dx.doi.org/10.6035/Kult--ur.2014.1.1.3>>.

BENKLER, Y. (2006). *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*. New Haven, Estados Unidos: Yale University Press.

BIMBER, B. (1999). «The Internet and citizen communication with Government: Does the medium matter?». En *Política lCommunication*, 16(4), 409–428.

BORGES, M., LÓPEZ, C., MOTTA, M. y VÁZQUEZ, H. (2018). *Centro de Estudiantes y TIC: ¿Nuevas formas de participación estudiantil?* (tesis de grado). Montevideo, Uruguay: Universidad de la República.

BOYD, D. M. y ELLISON, N. (2007) «Social networksites: Definition, history, and scholarship». En *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi: <<https://doi.org/10.1111/j.1083--6101.2007.00393.x>>.

CASTELLS, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La Sociedad Red (segunda edición)*. Recuperado de: <http://www.felsemiotica.org/site/wp--content/uploads/2014/10/LA_SOCIEDAD_RED--Castells--copia.pdf>.

CASTELLS, M. (2003). *L'era de la informació*. Vol. I: La societatarxa. Barcelona, España: Edición especial realizada por la Generalitat de Catalunya.

CASTELLS, M. (2004). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. II: The Power of Identity. (segunda edición). Oxford, Inglaterra: Blackwell.

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, Udelar (2007). *Juventud e Integración Sudamericana: caracterización de situaciones tipo y organizaciones juveniles*. Recuperado de: <<https://goo.gl/pRrY94>>.

GRONLUND, A. (Ed.). (2002). *Electronic Government: Design, Applications and Management*. Londres, Reino Unido: Idea Group Publishing.

GRUPO RADAR (2018). *El perfil del internauta uruguayo 2018*. Recuperado de: <<https://goo.gl/mgB-pMg>>.

HINDMAN, M. (2009). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, Estados Unidos: Princeton University Press.

HOLDER, J. B. y FLESSAS, T. (2008). «Emerging Commons». En *Social & Legal Studies*, 17(3), 299–311. doi: <<https://doi.org/10.1177/0964663908093965>>.

LALUEZA, J. L., CRESPO, I. y CAMPS, S. (2008). «Las tecnologías de la información y la comunicación y los procesos de desarrollo y socialización». En MORENEO, C. y COLL, C. (Eds.), *Psicología de la educación virtual* (pp. 54–73). Madrid, España: Ediciones Morata.

MARGETTS, H. (2009). «Public management change and e–Government: The Emergence of digital era governance». En A. CHADWICK y P. HOWARD. (Ed.), *The Handbook of Internet PolitiC's*. (pp. 114–128). Londres, Reino Unido: Routledge.

MIERES, P. y ZUASNABAR, I. (2012). *La participación política de los jóvenes uruguayos*. Recuperado de: <<https://goo.gl/URxNrP>>.

O'REILLY, T. y MUSSER, J. (2005). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Recuperado de: <<https://goo.gl/dtD62L>>.

O'REILLY, T. y MUSSER, J. (2006). *Web 2.0: Principles and Best Practices*. Recuperado de: <<https://goo.gl/jUQU4o>>.

OLIVERA, M. (2013). «E–Migration: a new configuration of technological, geographical and social spaces». En *International Journal of E–Politics (IJEP)*, 4(1), 18–31. doi: <10.4018/jep.2013010102>.

OLIVERA, M. (2014). «Redes transnacionales: Red Uruguay Encuentro. Nuevo espacio tecnológico, geográfico y social». En *Revista de ciencias sociales*, 26(33), 121–136. Recuperado de: <<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/123456789/6824>>.

OLIVERA, M. (2015). «E– migrant: technological, geographical and social spaces. New actors and spaces for political participation?». En *Comunicação e Sociedade*, 28, 91–108. doi: <[http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.28\(2015\).2272](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.28(2015).2272)>.

OSTROM, E. (1990). *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.

RUBIO ROMERO, J. y PERLADO LAMO DE ESPINOSA, M. (2015). «El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios». En *Icono* 14,13(1), 73–94. doi: <10.7195/ri14.v13i2.818>.

SANTOS, M. (1994). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo, Brasil: Hucitec.

SCHERER–WARREN, I. (2005). «Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información». En *Revista Nueva Sociedad*, 196, 7–92. Recuperado de: <<http://nuso.org/articulo/redes--sociales--y--de--movimientos--en--la--sociedad--de--la--informacion/>>.

SUBIRATS, J. (2012). «Nuevos tiempos. ¿Nuevas políticas públicas? Explorando caminos de respuesta». En *Revista del CLAD Reforma y Democracia* (54), 5–32. Recuperado de: <<https://goo.gl/GYpNS5>>.

SUBIRATS, J. (2013). «Internet y participación política. ¿Nuevos actores, nuevos desafíos?». En *Revista de ciencias sociales*, 26(33), 55–72.

TRILLA BERNET, J., JOVER, G., MARTÍNEZ, M., y ROMANÍA, T. (2011). «La participación de los estudiantes en el gobierno y la vida universitaria». En *Encounterson Education*, 12(1), 93–111. Recuperado de: <<https://goo.gl/dXa8aX>>.

UDELAR (2009). *Hacia la Reforma Universitaria n.º 7. La Universidad en el Interior*. Recuperado de: <http://www.universidad.edu.uy/renderPage/index/pageId/810#heading_2815>.

VALDERRAMA, L. B. (2013). «Jóvenes, Ciudadanía y Tecnologías de Información y Comunicación. El movimiento estudiantil chileno». En *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11(1), 123–135. Recuperado de: <<http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v11n1/v11n1a08.pdf>>.

Glosario

Adan: Plataforma estudiantil colaborativa gestionada por estudiantes que alberga materiales de estudio de la carrera de comunicación de la Udelar.

AFFUR: Agremiación Federal de Funcionarios de la Universidad de la República.

Alcance: Indica el número de personas a las que llegan los contenidos publicados en las redes sociales.

Aldea global: Término introducido por sociólogo Marshall McLuhan para describir el impacto social de las comunicaciones en un mundo globalizado, donde la inmediatez y velocidad de la comunicación reproducen a escala mundial las condiciones de una pequeña aldea por la proximidad de la información.

Bedelía: Área de la Universidad de la República encargada de todas las gestiones relacionadas con los exámenes (horarios y asignación de salones, listas de inscriptos e inhabilitados, resultados, constancias), y gestiones de carrera (escolaridades, constancias de estudio, solicitudes de egresos, cambios de plan).

CDC: Consejo Directivo Central. Órgano rector de la Universidad, integrado por el rector, un delegado designado por cada consejo de facultad e instituto o servicio asimilado a facultad, y nueve representantes de los órdenes de graduados, docentes y estudiantes.

Centro de Estudiantes: Es una organización democrática y participativa donde todos los estudiantes de una institución se organizan para velar por sus intereses comunes.

Cenur: Centros Universitarios Regionales. Brindan servicios académicos de la Universidad de la República en diferentes regiones del país.

Cenur LN: Centro Regional ubicado en el Litoral Norte de Uruguay, que comprende los departamentos de Artigas, Salto, Paysandú y Río Negro, con más de 50 ofertas de enseñanza.

Claustro: La Asamblea General del Claustro es órgano elector y de asesoramiento en los asuntos generales de la Universidad.

Cogobierno: Un ente cogobernado involucra la participación de los órdenes que lo componen (en el caso de la Udelar, estudiantes, egresados y docentes) en las decisiones de gobierno que afectan a la institución.

Community manager: Responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital.

Coordinador de carrera: Son los actores encargados de coordinar todas políticas académicas de los cursos y demás actividades relacionados con cada carrera.

Cursos de Educación Permanente: Cursos cortos de actualización continua de conocimientos de distintas disciplinas.

CUP: Centro Universitario Paysandú. Sede de la Universidad de la República que brinda cursos, carreras de grado y posgrado en el departamento de Paysandú, Uruguay.

CUS: Centro Universitario Salto. Sede de la Universidad de la República que brinda cursos, carreras de grado y posgrado en el departamento de Salto, Uruguay.

Delegados estudiantiles: Figuras que representan a sus pares estudiantes dentro de las diferentes actividades de cogobierno universitario, avaladas institucionalmente.

Determinismo tecnológico: Postura que plantea que la tecnología por sí misma es capaz de incidir directamente en el desarrollo socioeconómico.

Diapos: Es el diminutivo utilizado por los estudiantes y docentes para llamar a las diapositivas, que son elementos visuales utilizados por los docentes para el mejor entendimiento de las clases.

EVA: Entorno Virtual de Aprendizaje. Es una plataforma educativa de apoyo al docente y al estudiante, desarrollada en base al sistema Moodle, que permite realizar actividades educativas utilizando Tecnologías de la Información y la Comunicación.

EUTM: Escuela Universitaria de Tecnología Médica. Forma parte de la Universidad de la República y concretamente de la Facultad de Medicina.

Facultad: Establecimiento educativo que alberga diferentes carreras universitarias.

Fake News: Son noticias falsas difundidas a través de portales de noticias, prensa escrita, radio, televisión y redes sociales cuyo objetivo es la desinformación.

Fanpage: Es una página creada dentro de la red social Facebook para ser el canal de comunicación de una empresa, institución, evento, etc. con sus seguidores.

FIC: Facultad de Información y Comunicación. Forma parte de la Universidad de la República.

Flujos tecno-informacionales: Flujos de información que circulan por las diferentes herramientas tecnológicas disponibles.

Fragmentación tecno-comunicacional: División en uno o más fragmentos de las tecnologías comunicacionales

Gatekeeper: Persona que en un equipo de trabajo actúa como especialista la de información.

Grados docentes: Sistema escalafonario de los docentes de la Universidad de la República, siendo el grado más alto el encargado de área.

Grados interinos: Docentes no efectivos de la Universidad de la República. Su contrato es renovado año a año dependiendo de las necesidades del área en la que se desarrolle.

Herramientas 2.0: Herramientas que permiten a los usuarios de internet crear, compartir y comentar la información.

Hipertextos: Estructuras que permiten crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos. Son textos que se enlazan con otros textos.

Infotecnología: Es una cultura de trabajo basada en un grupo sofisticado de herramientas de navegación para la búsqueda, la revisión y el procesamiento de la información de forma digital.

Inteligencia colectiva: Concepto introducido por el filósofo Pierre Lévy para describir las formas de inteligencia que surge de la colaboración de diferentes individuos.

Metaparticipación: Se da cuando los sujetos piden, exigen o generan nuevos espacios y mecanismos de participación, movilizándose para que les sea reconocido su derecho a la participación.

Métricas digitales: Indicadores que permiten establecer el éxito o fracaso de una estrategia en Internet.

Microculturas: Subgrupo social, diferenciado por sus propias pautas culturales.

Microrrelatos: Textos breves que utilizan lenguajes precisos y concisos para contar un relato.

Muro: En Facebook, es el espacio personal de cada usuario, donde puede compartir publicaciones y demás contenidos, así como recibir comentarios e interacciones de otros usuarios.

Multimediatco: Objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión para comunicar información.

Nicho: Es el término utilizado para referirse a una porción de un segmento de individuos que poseen características y necesidades homogéneas.

Nodo: Punto de conexión e interrelación de los elementos que conforman la red comunicacional.

Órganos universitarios: Los órganos de la Universidad de la República son el Consejo Directivo Central, el Rector, la Asamblea General del Claustro, los Consejos de Facultades, los Decanos, las Asambleas del Claustro de cada Facultad y los órganos a los cuales se encomienda la Dirección de los Institutos o Servicios.

P2P: Una red peer-to-peer es una red de ordenadores en la que todos o algunos aspectos funcionan sin clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí.

Parcial: Es una prueba examinatória que consiste en un conjunto de problemas sobre alguno de los temas particulares de una asignatura.

Participación: Abarca todas las prácticas sociales que buscan incidir en la gestión y resolución de problemas colectivos.

Participación alternativa: Cuando la participación estudiantil desborda los cauces institucionales y usa o crea medios alternativos con el fin de hacerse oír, formular sus críticas o difundir sus propuestas.

Participación asociativa: Se refiere a formas de participación colectivas.

Participación consultiva: Cuando los involucrados opinan, proponen, valoran, etc. sobre los asuntos que son de su incumbencia, asumiendo un grado mayor de involucramiento que la mera expectación o ejecución.

Participación consultiva vinculante: Cuando la opinión de los participantes resulta decisiva sobre el asunto de que se trate.

Participación individual: Cuando la participación se concentra en un solo individuo.

Participación institucional: Hace referencia a lo que establecen las leyes, estatutos y reglamentos, y se desarrolla en general por medio de la función representativa.

Participación proyectiva: El participante se convierte en agente involucrado en el proyecto que pasa a estar en sus manos, viéndose involucrado en su diseño y preparación; en la gestión, ejecución y control del proceso; y finalmente en su valoración.

Participación simple: Tomar parte en un proceso o actividad solo como espectador o ejecutante, sin haber intervenido ni en su preparación ni en las decisiones sobre su contenido o desarrollo.

PIT-CNT: Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores, conocido popularmente como PIT-CNT, es la central sindical única de Uruguay.

Publicaciones: son cada una de las entradas (conformadas por textos y contenidos multimedia) que se publican de forma más o menos periódica en las redes sociales.

Plataforma 2.0: Ver Web 2.0.

Posteos: Ver Publicaciones.

Productor: Usuario que produce contenidos para volcar en la red.

Prosumidor: Usuario que es a la vez consumidor y productor de contenidos web.

Público objetivo: Recorte demográfico y conductual de un grupo de personas que la institución elige para comunicar su producto o servicio.

Redes informacionales/comunicacionales: Redes de individuos, medios, espacios, etc., por donde circula la información y la comunicación entre ellos.

Referentes estudiantiles: Figuras que toman informalmente un rol de responsabilidad y representación de sus pares estudiantes en los diferentes espacios académicos, sin que su figura esté formalmente determinada por la institución.

Tecnosociabilidades: Son las relaciones sociales que se desarrollan a través de la tecnología.

TGS: Tecnológico, Geográfico y Social. Espacio donde confluyen parte de las conexiones de otros espacios reales o abstractos que comparten sus mismas características y que, a su vez, también son nodos que conforman una red.

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación.

Tocó venir: Evento de actividades gratuitas y abiertas que da la bienvenida a las nuevas generaciones que ingresan a la Udelar.

UC: Unidad de Comunicación. Área encargada de gestionar, clasificar y comunicar por las diferentes vías institucionales información que sea de interés para estudiantes, docentes y funcionarios de la Udelar.

Udelar: La Universidad de la República es la principal institución de educación superior y de investigación del Uruguay.

UTEC: Universidad Tecnológica. Institución uruguaya de educación terciaria, universitaria y pública, de perfil tecnológico y orientada a la investigación e innovación.

UTU: Universidad del Trabajo del Uruguay. Institución pública de enseñanza científica y tecnológica.

Web 1.0: Es un tipo de web estática que no permite la interacción de los usuarios ni la creación colectiva de contenidos.

Web 2.0: Segunda generación de sitios web que permiten a los usuarios interactuar, colaborar y compartir información entre sí.

Webgrafía

Facebook de sede universitaria de Salto:

<<https://www.facebook.com/SaltoUdelar/>>

Facebook sede universitaria de Paysandú: <<https://www.facebook.com/Paysandu.CenurLitoralNorte/>>

EUTM:

< <http://www.eutm.fmed.edu.uy/>>

Web de Cenur LN:

<<http://www.unorte.edu.uy/>>

Web Facultad de Derecho:

<<https://www.fder.edu.uy/>>



CENUR
Litoral Norte

CSIC

COMISIÓN SECTORIAL DE
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



OBSERVATIC