

La gestión de la comunicación digital orientada a construir participación estudiantil en la universidad: la experiencia del PIP UNER

Elisa Deluca (FCEDU-UNER / FCPyRRII-UNR)

elisadelucarobert@gmail.com

Eje temático 5: Comunicación y educación

Resumen

El presente trabajo se focaliza en el diseño y la producción de la comunicación digital que se desarrolló en el marco del Plan Institucional Participativo (PIP) de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), durante el período 2018-2022. A partir del análisis de esa experiencia, interesa particularmente conocer cómo la dimensión comunicacional contribuye a planificar desde una perspectiva participativa y un encuadre específico de planeamiento estratégico situacional. Se propone así un diálogo entre los conceptos, que incluye un mapeo teórico sobre las y los sujetos de la comunicación digital que acontece.

La propuesta de carácter reflexivo forma parte de una tesis de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva (UNR) cuyo proceso de elaboración es aún inicial. Se parte de la idea de que la cultura convergente y participativa inaugurada por el escenario mediático digital contemporáneo, así como sus lenguajes, narrativas y contratos de lectura, presentan potencialidades para construir propuestas de comunicación y de educomunicación que fortalezcan el involucramiento del estudiantado en los procesos de planificación, como el que desarrolla la UNER.

Palabras clave: comunicación digital, planificación universitaria, participación estudiantil, educomunicación.

Introducción

Como todo proceso de planificación universitaria, la construcción del Plan Institucional Participativo de la Universidad Nacional de Entre Ríos (PIP UNER) involucra diversas interacciones y da forma a múltiples prácticas comunicativas, así como al intercambio constante de sentidos. Más aún en el marco de una perspectiva estratégica situacional participativa como la

que adopta la UNER, que implica integrar constantemente miradas, aportes, posturas e intereses de diferentes actores, además de las tensiones que se generan en el camino.

El presente escrito se interroga sobre el lugar que ocupa el estudiantado dentro de la conversación social institucional en los procesos de planificación, en tanto claustro que constituye la razón de ser de la universidad pública: ¿cómo se lo convoca e interpela?¹ Para ello, resulta de importancia indagar si el fenómeno de la cultura convergente y participativa inaugurada por el escenario mediático digital contemporáneo, así como sus lenguajes, narrativas y contratos de lectura, pueden colaborar en la comprensión sobre planeamiento universitario por parte de la comunidad estudiantil. Asimismo, si logran acortar las distancias entre los temas institucionales de la universidad y el claustro.

La comunidad de la web 2.0, las lógicas de la digitalidad, las convergencias, la interactividad, la transmedialidad, y las emergentes prácticas de sociabilidad, se erigieron como condiciones de posibilidad para la creación de dispositivos mediáticos y tecnológicos cada vez más sofisticados. Así, posibilitan a las y los sujetos a desarrollar actividades de producción y circulación que antes les eran ajenas, e instauran comportamientos propios de la época. Estas tendencias forman parte de la cotidianeidad del estudiantado de la UNER, así como de las universidades del país.

En el contexto que trasciende, las organizaciones aún buscan modos de ingresar a este universo semántico y de convivir con las cambiantes dinámicas de comunicación digital, que demandan pensar las nuevas configuraciones de democracia y de participación de la ciudadanía.

Tal realidad justifica la pertinencia de las siguientes líneas, que intentan aportar a la reflexión sobre el despliegue comunicacional de los procesos de planeamiento. En este marco, se indaga en las y los sujetos de la comunicación y se problematizan las lógicas impuestas por el actual ecosistema cultural gestado en la era de la información y el conocimiento, que transforman constantemente los lazos sociales-culturales.

Este trabajo se plantea como objetivo contribuir a un diálogo conceptual entre la comunicación y la participación estudiantil en los procesos de planificación universitaria, a partir de un análisis del PIP UNER durante el período 2018-2022. En ese marco, indaga en las estrategias

¹ Vale mencionar que el trabajo se enfoca fundamentalmente en una población joven, en tanto franja etaria que constituye una mayoría dentro del claustro estudiantil. Esto bajo ningún punto de vista debe leerse en términos de *nativos digitales* u otras categorías similares, que ya fueron ampliamente refutadas. Es preciso comprender que los conocimientos y habilidades sobre digitalidad se expanden sin distinción de edades. No son innatos –si existiera tal cosa– a quienes nacieron junto a internet. De hecho, sólo algunas de las personas que crecieron en el contexto digital tienen tendencias a producir contenidos y a desplegar competencias transmedia.

y el diseño comunicacional de la experiencia de planeamiento de la universidad en cuestión, como un primer aporte a un estudio de caso.

A partir de esas coordenadas se propone un despliegue teórico cuyo marco recorre hipermediaciones, comunicación digital interactiva, convergencia mediática, cultura participativa, narrativas transmedia, planeamiento estratégico situacional participativo y educomunicación.

La propuesta de carácter reflexivo se enmarca en la tesis de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva (UNR), cuyo proceso de elaboración es aún inicial. De forma que en una etapa posterior, esta presentación podrá complementarse con un abordaje metodológico que permita conocer las representaciones, la apropiación y la participación del estudiantado de la UNER respecto al PIP, y establecer una vinculación con las propuestas de comunicación desplegadas. Asimismo, profundizar en las modalidades de consumo cultural y mediático de la comunidad estudiantil de la UNER y el rol que asumen sus integrantes en los procesos de comunicación institucional.

El abordaje que aquí se propone demanda la interacción de diversos enfoques, que contribuyen a configurar el objeto de estudio desde una perspectiva transdisciplinar. Sin embargo, la literatura académica en torno al tema es casi inexistente, desactualizada o se enfoca en diferentes delimitaciones temáticas y perspectivas. De forma que la presente propuesta aporta un germen innovador dentro de un campo investigativo inexplorado.

El Plan Institucional Participativo: un horizonte colectivo

En 2018 la UNER inició el Plan Institucional Participativo (PIP), una iniciativa que tiene como fin reflexionar sobre el pasado, el presente y encaminar una propuesta de mejora hacia el futuro. Se trata de una herramienta política de gobierno y de gestión que contribuye a la toma de decisiones, razón por la cual se plantea integrar la mayor cantidad de miradas, voces y opiniones en el proceso, involucrando a docentes, no docentes, estudiantes, graduados y a su territorio.

La planificación así entendida, contiene las perspectivas políticas asumidas como universidad y apunta a esclarecer las intencionalidades institucionales: qué universidad se quiere, con qué valores, con qué prioridades, qué se pretende para la formación académica, para la investigación, para la extensión, cómo se vincula con el entorno cercano, con los proyectos locales, regionales, de país, e incluso con cuestiones de índole internacional. También incluye la concreción de esos ideales a través de proyectos que intervienen en la realidad cotidiana.

En ese recorrido, en 2019 la comunidad de la UNER construyó una imagen compartida de futuro deseado y en 2020 avanzó en un conjunto de decisiones, acciones, recursos y logros intermedios necesarios para llegar a ella desde una situación inicial. Tal formulación de las ideas-fuerza y la co-visión de la universidad es una parte fundamental del planeamiento, que permite afrontar la construcción del porvenir institucional, su dirección, su contenido y sus límites. Esto se logra mediante mecanismos que favorecen el involucramiento y el compromiso con un proyecto colectivo de futuro y con la integridad del proceso, para pensar y transformar la realidad (Krieger et al., 2013).

El enfoque de *planificación estratégica situacional* (Matus, 1987) del PIP UNER parte de una metodología destinada a promover el diálogo, el debate y las diversas miradas, con el fin de incluir diversos saberes y experiencias. Aspira a la generación de una visión compartida, a la más amplia y constante participación, y a la inclusión de toda la comunidad de la UNER en las instancias de decisión para el logro de objetivos comunes. En ese camino, el proceso de planeamiento involucra interacciones y da forma a múltiples prácticas comunicativas, así como al intercambio constante de sentidos.

La perspectiva estratégica se materializa en la construcción de espacios de socialización e instancias de decisión plural que contemplan las distintas trayectorias y la heterogeneidad de miradas, geografías y experiencias. Aspecto que además incorpora el permanente diálogo entre la universidad y el contexto, a fin de incluir al medio social.

La visión comunicativa de la planificación que abona esa mirada permite indagar en las características de la participación estudiantil en procesos como el PIP UNER y delinear su relación con la comunicación digital que la institución educativa despliega. Además, alienta a no desatender las luchas de poder propias de la dinámica institucional y los enfrentamientos hegemónicos y contrahegemónicos del campo político (Andretich, 2008) que tienen lugar en las conversaciones sociales que se producen en torno al planeamiento.

Garantizar la democracia participativa de un proceso va acompañado del nivel de acceso a la información que sobre él se habilita, para que los grupos tomen un papel activo. Ahora bien, esta premisa supone poner sobre la mesa las perspectivas de comunicación que subyacen a las prácticas dentro de las instituciones y contemplar las contribuciones que hace la educomunicación para mirar la apropiación de conocimientos sobre el proceso de planeamiento en clave de construcción colectiva.

Estrategias comunicacionales orientadas a la participación en el PIP

El diseño de la comunicación del PIP UNER se aborda también en un trabajo previo (Andretich et al., 2023). Como en él se menciona, intenta aportar al compromiso de todos los claustros a través de una participación informada: se pone a disposición lo relevante para comprender el planeamiento y se habilitan espacios para que las personas intervengan. Además, contribuye a la concreción de actividades interclaustros e interfacultades, y se incorpora al medio social en diferentes instancias, para relevar la mirada del territorio.

Las estrategias tienen como objetivo difundir y consolidar la idea del Plan, sensibilizar, concientizar e interpelar a quienes integran la universidad, y visibilizar, informar y divulgar permanentemente las iniciativas, las definiciones y los logros parciales en cada etapa. Para ello, se recurre al Sistema de Comunicación y Medios de la propio, y a las áreas de comunicación institucional de cada una de las facultades.

Los contenidos se planifican para los medios propios de la UNER: notas para la plataforma multimedial, entrevistas con referentes del área para las radios y materiales para la página web. Para las redes sociales (instagram, facebook y youtube) se producen audiovisuales y flyers en diversos formatos, se incorporan banners en las unidades académicas y se desarrollan campañas de interacción específicas que interpelan a la comunidad usuaria (encuestas, preguntas, secuencias de stories).

Por otro lado, se elaboran documentos institucionales, presentaciones, informes y registros propios de la academia, que se publican para dar cuenta del recorrido transitado o se comparten con grupos determinados. También se llevan a cabo talleres con estudiantes y con el Personal Administrativo y de Servicio (PAyS) de todas las unidades académicas, donde se aborda la importancia de la planificación y la participación para la institución.

Las producciones se abordan desde una lógica *crossmedia* (Scolari, 2013, p. 10): las piezas se elaboran a partir de un mismo mensaje que se adapta a los diversos formatos de medios y plataformas, los cuales se apoyan entre sí aportando sus potencialidades específicas. En este sentido, los contenidos son accesibles a través de una gama de dispositivos y lenguajes. No obstante, la narrativa sobre el PIP no se expande.

Desde una lectura general, prima un esfuerzo meramente informativo que se posiciona desde una dimensión difusionista unidireccional. En los tiempos que corren las posibilidades son inimaginables, por lo que cabe la pregunta: ¿cómo se podrían fortalecer los procesos participativos y democráticos mediante las experiencias de intercambio y producción que habilita la comunicación digital?

Los medios –incluyendo los universitarios– deben enfrentarse al reto de la convergencia. Es imprescindible que las prácticas comunicacionales desplegadas tanto para divulgar y difundir el PIP, como para generar pertenencia, apropiación e involucramiento por parte de la comunidad de la UNER, sean pensadas y diseñadas con una estructura abierta, flexible, que invite a nuevos aportes, producciones y, sobre todo, habilite a una experiencia (Scolari, 2013).

A partir de la comprensión de la comunicación como un proceso complejo de producción de sentidos y significaciones sociales, que se construye de manera dinámica, multidireccional y que circula a través de toda la cultura, es posible crear estrategias comunicacionales en torno a un proceso como el PIP –con sus características particulares– para abrir las puertas a un compromiso real de la ciudadanía universitaria. Vale interrogarse aquí, ¿quiénes son esas otrredades con quienes se intenta construir un marco de referencias compartidas?

Sujetos de la comunicación digital: el principio de la acción

En las dos últimas décadas, pese a los esfuerzos de las instituciones para adaptarse a las nuevas condiciones sociotecnológicas, pareciera que la vida de las juventudes transcurre en torno a un conjunto de tecnologías y prácticas que distan en gran medida de los procesos organizacionales y educativos.

En el sistema cultural mediático contemporáneo impone lógicas ubicuas y sujetos de conocimiento hiperconectados, que navegan constantemente entre los datos, la información, los contenidos y los lenguajes disponibles, que cohabitan –en tensión– con el sistema y las instituciones educativas (Igarza, 2016). Esto también involucra a los procesos de gestión.

Una parte significativa del estudiantado accede a la educación superior con todo un bagaje de conocimientos y capacidades que fueron configurando en sus espacios de socialización y en su interacción con la amplia variedad de medios de comunicación y plataformas. Las tecnologías digitales, a su vez, abren el juego a nuevos lenguajes, así como modos de producir, distribuir y acceder al conocimiento y la información, lo que demanda nuevas competencias y aptitudes.

Las transformaciones en la ecología mediática desafiaron a encontrar nuevas conceptualizaciones que expliquen las relaciones entre las juventudes y los medios de comunicación. Carlos Scolari (2018) propone la de *alfabetismo transmedia (transmedia literacy)*, que permite analizar prácticas participativas y la generación de contenidos. Se entiende como “un conjunto de

habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de las nuevas culturas colaborativas” (Scolari, 2018, p. 4).

La categoría hace alusión a una apropiación significativa de las TIC por parte de las juventudes y de su despliegue en la vida cotidiana. Contempla las actividades mediáticas que realizan fuera de las instituciones educativas, para recuperar sus conocimientos y competencias en la esfera institucional.

Scolari, así, retoma la categoría *prosumer* –consumidores/productores– (Jenkins, 2009; Scolari, 2013), que ofrece algunas coordenadas al respecto: lejos de posicionarse en un rol de recepción invisible, existen sujetos de la comunicación con mirada crítica, que asumen una intervención plenamente activa, migran de soportes, plataformas y medios, se presentan como protagonistas en el ámbito público, construyen lealtad y conforman comunidades.

Esta postura deja en evidencia que las y los jóvenes aprenden a hacer cosas con los medios, mediante estrategias informales de aprendizaje en experiencias cotidianas e interacciones en diferentes entornos (Scolari, 2018). En la era digital que acontece, son autodidactas y forman comunidades en las que habitan a través de las redes sociales, fuera de la institución.

Es preciso aclarar aquí –y el mismo autor lo hace– que no se trata de una regla general para toda la comunidad joven. Habiéndose cuestionado y rebatido la categoría de *nativos digitales* en los estudios de comunicación contemporánea, se puede aportar a un análisis que permita comprender los desafíos a los que se enfrentan las y los estudiantes en el escenario mediático actual. Una importante porción de la juventud participa activamente en entornos digitales, pero esto no les adjudica saberes inherentes para desplegarse en la Red.

Las tecnologías como catalizadoras del cambio social expandieron las situaciones tradicionales de aprendizaje y crearon nuevos espacios en las redes sociales, sitios web y comunidades en línea, que pueden officiar de ámbitos informales de educación. ¿Pueden las instituciones sumergirse en ese universo, para establecer diálogos más amigables y cercano con el estudiantado promedio? ¿Es posible producir narraciones sobre la mejora del cambio organizacional de la universidad, en los lenguajes y espacios en que conviven las y los jóvenes?

Poner el centro en el estudiantado, en sus gustos e intereses, es abrir las puertas a todo el acervo cultural que traen consigo, lo que incluye capacidades, aptitudes y niveles de creatividad relacionados a las posibilidades de los dispositivos móviles, aplicaciones y actualizaciones tecnológicas.

Por su parte, Mariana Ferrarelli (2023) invita a pensar las prácticas de los sujetos atravesados por la cultura digital desde los *alfabetismos aumentados*, “como un tejido transversal de saberes, intuiciones y experiencias que se articulan para guiar a los sujetos en el ecosistema digital” que “movilizan interpretaciones contextuales, conectan conocimientos múltiples y entran conversaciones entre nuevos y viejos aprendizajes” (Ferrarelli, 2023, p. 106).

Los alfabetismos que destaca la autora remiten a “articulaciones móviles entre habilidades mediáticas, expresivas, de datos, lúdicas, narrativas y digitales que se acoplan y reconectan creando marcos *ad hoc* para atravesar la diversidad de desafíos que instalan los escenarios acelerados por la crisis sanitaria global” (p. 107). ¿La convergencia de lenguajes y medios permite construir conocimiento sobre los procesos de planificación de manera colectiva? ¿Cómo insertar la universidad al nuevo panorama tecnológico? ¿De qué modos dialogan las instituciones con el mundo digitalizado y las prácticas socio-comunicacionales que allí acontecen?

La lectoescritura digital, la navegación a través de la Red, el uso de diversos buscadores y la cultura de la colaboración a través de redes sociales inauguran nuevos formatos culturales, que estimulan e interpelan de maneras innovadoras. Los marcos y encuadres institucionales se tensan cada vez más ante los que propone el actual contexto sociocultural de comunicación, centrado en juventudes diversas, activas, reflexivas y críticas (Serres, 2013). Quedan por inventar nuevos lazos.

La ubicuidad, el acceso permanente a Internet y a dispositivos móviles propician prácticas sociales y recursos de cooperación. Como plantean Mariana Maggio et al. (2014), aparecen formas contemporáneas de producción y de circulación del conocimiento que emergen de la polifonía de voces y la construcción colectiva. Las tecnologías son el escenario donde se potencian los intercambios y la organización de nuevos protagonismos y colaboraciones. Así, las personas se ven a sí mismas como participantes en una comunidad de aprendizaje.

En este punto, puede resultar interesante retomar el interrogante que plantea Carina Lion (2012) sobre la existencia o no de una categoría del *pensar digitalmente* –con los códigos, los simbolismos y la iconografía de lo digital– que derive en una mediación diferente en las relaciones sociales y en la propia subjetivación.

El momento histórico actual se plantea propicio para consumir una comprensión de la comunicación en términos de procesos, lejos del estatismo de los paquetes de información listos para el consumo directo. Las personas usuarias son quienes mantienen en circulación los con-

tenidos mediáticos, los expanden y exigen participar en la cultura. Cabe preguntarse si los formatos o estéticas mediáticas tradicionales resultan atractivas en este contexto.

Tal panorama provoca a las instituciones, que se ven en la emergencia de crear innovaciones y propuestas más acompañadas con sus interlocutores, y menos arraigadas a sus aspectos formales y sus reglas. El saber está en todos lados, de manera accesible, disponible a través de cualquier dispositivo y esperando a ser distribuido, expandido. Se moldea constantemente un universo colaborativo de sociabilidad, que interactúa y alienta a las personas a desarrollar su intuición innovadora (Serres, 2013). Esto, que se extiende a todas las épocas, se acrecienta en el contexto de la digitalidad.

Irrumpe un nuevo ecosistema mediático en que la comunicación es co-creada, en mayor medida, por consumidores que están en permanente interacción social. Las juventudes digitales hiperconectadas son fruto de ese contexto, experimentan el consumo como una práctica en red. Más que acceder al contenido esperan *hacer cosas con él, a él y con otros en torno a él* (Aguado, Feijóo y Martínez, 2015).

¿Hablar de planificación o construir narrativas colectivas?

La convergencia dio forma al ecosistema de medios, tecnologías, profesionales y lenguajes, en el que navega y toma forma el modelo comunicacional contemporáneo. Decantó en un paradigma que puso en jaque a la comunicación difusionista y unidireccional, instaurada hace décadas con el *broadcasting* o *de masas*.

Acontecen *hipermediaciones*, que Carlos Scolari (2008) describe como una trama de “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular” (pp. 113-114, 277). La hipermediación absorbe a los medios masivos y los integra dentro de su propio dispositivo intertextual.

Cada época genera sus tecnologías, las cuales contribuyen a definir su momento histórico. La digitalidad sentó las condiciones de posibilidad para el desarrollo de la reticularidad, de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad. Estos procesos constituyen la comunicación digital interactiva, que da lugar a nuevos medios, géneros, modos de producción más cooperativos y colaborativos, y tienen consecuencias en el sistema de significaciones culturales de las comunidades (Scolari, 2008).

La UNER y sus procesos institucionales se inscriben en la nueva *ecología de medios* (Scolari, 2015), por lo que no permanece imperturbable frente a la realidad que transcurre. Pensarse desde la dimensión de la comunicación digital le permite prever los escenarios y anticipar las tomas de posición en un contexto cada vez más contingente.

El paradigma comunicacional actual se caracteriza por lo que Henry Jenkins (2009) definió como convergencia mediática, un proceso no sólo tecnológico sino más bien cultural que “altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público” (p. 26). En ese marco, las prácticas se reconfiguran constantemente de manera dinámica: cambian los patrones de consumo de información, las relaciones interpersonales y el entretenimiento.

Las sociedades se moldean y viven transformaciones estructurales en la forma que adoptan los lazos socio-culturales y en las maneras de percibir, habitar y participar del mundo. Se trata de una nueva forma de sociabilidad, sustentada en un modo de apropiación social de la tecnología que difiere de las formas de poder institucionalizadas a lo largo de este siglo.

Los contratos sociales involucran reglas del juego diferentes a las que caracterizaron a la década pasada. Ante esa complejidad las instituciones y las organizaciones se enfrentan al reto de reinventarse, sin perder la mirada crítica y reflexiva que las caracteriza. Les toca encontrar modos de ingresar a este universo semántico y de convivir con las nuevas dinámicas de comunicación, para caminar a la par de los procesos culturales de su tiempo y hablar el mismo lenguaje que las personas que la conforman.

Las personas usuarias aportan e interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas. En ese entorno se forja la inteligencia colectiva, una forma de consumo mediante el cual las personas extraen fragmentos de información del flujo mediático y las transforman en recursos a través de los cuales confieren sentido a sus vidas cotidianas (Jenkins, 2009).

La perspectiva participativa del PIP UNER guarda una intrínseca relación con la premisa colaborativa de la era de la información y el conocimiento, nutrida de dinámicas de interacción no lineales. Esto permite pensar a la universidad desde otro paradigma, para acompañar los procesos de gestión del cambio y la mejora continua con un enfoque integral que involucre a toda su comunidad, en tanto miembros activos de las transformaciones estructurales.

El desafío para el PIP es tomar distancia del modelo de comunicación tradicional basado en la lógica difusionista unilineal de información, y aggiornarse a las perspectivas, formas, estéticas y gramáticas contemporáneas que se plantean en constante mutación.

En este momento histórico la comunicación reclama ser diseñada y planificada para una comunidad de conocimientos que acciona, con nuevas exigencias. Debe posibilitarles a las y los sujetos una experiencia que les invite a asumir un rol protagónico, a perseguir fragmentos de la historia narrada a través de diferentes canales mediáticos en el intercambio con otras personas. Fortalecer la participación del estudiantado mediante propuestas colaborativas implica comprender que su vida transcurre plenamente inmersa en las nuevas culturas del conocimiento.

Los aportes de la educomunicación: construcción de saberes colectivos sobre el PIP UNER

La necesidad de desplegar una apuesta comunicacional orientada a la participación, que tome forma desde el entrecruce de subjetividades que aportan a la construcción conjunta de sentidos en torno al PIP UNER, invita al desafío de poner en práctica los principios fundantes de las teorías de la educomunicación, en tanto “área de conocimiento que está ligada a la libertad de conocer, comprender y expresarse en una multitud de formas” (Aparici y Torrent, 2009, p. 8). Tiene que ver con dar lugar al aprendizaje significativo habilitando la expresión de la propia experiencia y de las maneras de comunicar, que invita a las personas a la comprensión e internalización de nuevas concepciones.

En consecuencia, para el desarrollo de un proceso de planificación participativa que convoque al involucramiento y el compromiso del estudiantado, es preciso un abordaje comunicacional que reconozca a las personas como sujetos cognoscentes, cohabitantes de un espacio social, cultural e históricamente situado, y que invite a construir conocimientos de manera colectiva. Allí radica el acto político de la intersección educación y comunicación: en la redistribución de los medios culturales y simbólicos que permiten a las personas reconocerse y nombrarse en redes intersubjetivas.

La esencia del planeamiento estratégico situacional participativo es que las personas a través de la comunicación creen y recreen, debatan, problematicen su entorno y, en ese camino, lo modifiquen. Esto involucra una dimensión educativa que se basa en el aprender en el intercambio y en la producción con otros. De esta forma, se posiciona como un proceso dialógico de aprendizaje colaborativo dentro de la institución.

El entramado de la cultura organizacional se plantea como una red de significados expresados a través de símbolos, objetos y rituales que las personas logran interpretar por el hecho de formar parte. Ahí es donde opera el componente comunicacional que moldea la realidad, en tanto contribuye a representar la organización: pone a su disposición los conocimientos tácitos de quienes la integran para generar aprendizaje organizacional, que se traducen en la mejora de su funcionamiento (Castro Chans, 2014).

El diálogo que implica el pensar crítico inaugura la situación gnoseológica donde las y los sujetos en comunidad, mediados por el mundo, construyen con otros su propio acto de conocer. En la praxis revelan el orden existente, concientización que les permite actuar sobre él (Freire, 1970 y 1973). El sistema social emerge de la interacción. A medida que configura las relaciones sociales, los espacios en que estas se desarrollan y los mundos de referencias compartidas, la comunicación construye a las personas.

Desde una dimensión educomunicativa, el PIP UNER inaugura posibilidades para crear interrogantes, movilizar desde la curiosidad y el rol activo. A partir del intercambio, puede contribuir a que el estudiantado reflexione en torno a las problemáticas que lo atraviesan e invitar a que asuman la palabra que proviene de su realidad. La propuesta democratiza los debates, permite socializar conocimientos y ejercer el derecho a la comunicación en tanto protagonistas de sus historias.

La perspectiva de educomunicación que difiere de un esquema unidireccional –semejante a depositar contenidos empaquetados en estudiantes–, se posiciona en un entramado de comunicación reticular, dialógica, polisémica y polifónica adquieren más claridad en el actual contexto, signado por la digitalidad y la convergencia.

En este punto resulta interesante retomar los aportes de formatos narrativos como el *transmedia* para el desarrollo de propuestas que permitan crear un universo narrativo en torno al planeamiento universitario, junto con la comunidad UNER. Se trata de una manera de comprender la realidad a partir de otra estética: “La narración transmediática –dice Henry Jenkins (2009)– es el arte de crear mundos” (p. 31).

En palabras de Carlos Scolari, “las NT son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.)”. En este sentido, “no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro (...) sino de una estrategia que va mucho más allá

y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes” (Scolari, 2013: 10).

Esto invita a reconocer la potencialidad pedagógica que las historias pueden tener en el marco de la planificación comunicacional, y su poder como campo de negociación de la comunidad para significar su entorno (Molas Castells, 2018). Implica también retomar la relación entre pensamiento, narrativas y apropiación de conocimientos, así como el rol activo y participativo de las y los sujetos de la comunicación transmedia: integrar, significar, apropiarse y co-construir el relato.

Reflexiones finales

Es preciso pensar a la comunicación como un atravesamiento transversal y habilitante para la perspectiva de planificación centrada en la participación, en tanto que favorece modificaciones en la situación inmediata y mediata de las personas involucradas. Además, les permite tomar una posición y un rol activo a partir de la redefinición del lugar que ocupan, de su percepción de sí mismos y de sus prácticas de subjetividad colectiva dentro del tejido organizacional.

Construir involucramiento de la comunidad universitaria en el proceso de planeamiento implica la apropiación de esa experiencia por parte de sus integrantes, en tanto puedan identificar que atiende necesidades y problemas situados de colectivos institucionales.

En respuesta a la convergencia las personas desarrollan aptitudes, destrezas conceptuales, protocolos y prácticas culturales, que se traducen en nuevas formas de interacción social. El dominio y la familiaridad con este juego y su conjunto de reglas tiene implicancias en las formas de aprender, trabajar, participar en procesos políticos e institucionales y relacionarse con su comunidad y su entorno.

Las juventudes digitales emergen como sujetos de producción y van construyendo en la web un marco perceptivo que las impulsa a accionar, opinar, responder, diseñar rutas de navegación y comunicarse. La idea de un saber construido en redes se impone en todas las esferas de la praxis humana.

Las lógicas que aporta este paradigma de comunicación contemporánea atravesado por la digitalidad –que configura maneras de construir conocimientos, en su defecto– implican repensar la dinámica de la política institucionalizada de la UNER. La empuja a formas de democracia y cohesión social que demandan una resignificación de las ciudadanía universitarias hacia

un rol más reconocido, de modo que estén acompañadas con las configuraciones del plano virtual.

Se torna imperioso proponer pedagogías comunicacionales diferentes a las tradicionales, que se enfoquen en sujetos y entornos de lectura multimedial, interactiva, transmediática y, sobre todo, experiencial. Se trata de pensar los contenidos en clave de una interacción compleja entre los viejos medios y los emergentes porque, como explicó Verón (2008), los medios no desaparecen: se transforman y se van renovando.

Agotar las opciones a una estructura difusionista dinamita todo posible intercambio. A trasluz de las concepciones que ofrece la educomunicación es posible pensar un enfoque que contribuya a generar prácticas de comunicación del PIP UNER que favorezcan a producir aprendizajes valiosos y perdurables sobre el tema. Esto puede tener lugar a partir de propuestas didácticas que pongan en juego procesos cognitivos y apuesten a la construcción colectiva de nuevos conocimientos.

¿Cómo se adaptan o acompañan los lenguajes, tonos y estéticas de la institución a las actuales experiencias mediáticas? El reto para la universidad es ampliar las posibilidades de creación, diseño y distribución desde las contribuciones de la comunicación en la era digital. También, desde las tensiones que este paradigma evidencia entre el conocimiento académico –propio de la institución universitaria– y el conocimiento cotidiano o tácito.

El presente trabajo deja asentada una serie de caminos desde los cuales partir en el recorrido investigativo de la tesis, para seguir desandando. En ese sentido, el entendimiento sobre quiénes son las y los sujetos de la comunicación digital –aspecto que será estudiado en profundidad y de manera situada– aporta un lineamiento sobre el cual pensar y diseñar la comunicación en torno al proceso del PIP UNER. Se trata de poner en el centro a las personas con las cuales se busca producir un sentido social conjunto respecto a la planificación universitaria.

Referencias

Aguado, Juan M; Feijóo, Claudio; y Martínez, Inmaculada J. (2015). *Del contenido a las relaciones. El impacto del ecosistema móvil en las industrias culturales*. Revista Telos, Nº 99. Recuperado en octubre de 2022 de:

https://www.researchgate.net/publication/269692185_Del_contenido_a_las_relaciones_El_impacto_del_ecosistema_movil_en_las_industrias_culturales

- Andretich, Gabriela (2008). El planeamiento educativo como herramienta de democratización: una mirada desde lo epistemológico. *Revista Ciencia, docencia y tecnología, Volumen XIX* (N° 37), p. 109-135. <https://www.redalyc.org/pdf/145/14511370006.pdf>
- Andretich, Gabriela; Deluca, Elisa; y Sosa Passarino, Emilia (2023). “La gestión de la comunicación orientada a construir participación. La experiencia del Plan Institucional Participativo de la Universidad Nacional de Entre Ríos”. *Revista Folios*, N° 49, 97-115. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/353963>
- Aparici, Roberto y Torrent, Jordi (2009). Educomunicación: participación ciudadana y creatividad. Recuperado en marzo de 2015, de <http://www.unr.edu.ar/noticia/2489/educacion-participacion-ciudadana-y-creatividad>
- Castro Chans, Norma B. (2014). *Las interacciones comunicativas en los procesos de aprendizaje organizacional y gestión del conocimiento en la actividad docente universitaria. Estudio de caso en la Facultad de Ciencias Exactas de la Universidad Nacional del Nordeste en Corrientes*. [Tesis de maestría no publicada]. Universidad Nacional de Quilmes.
- Ferrarelli, Mariana (Comp.) (2023). *Narrativas transmedia para aprender y enseñar: ecologías ampliadas en la cultura digital*. Montevideo: Grupo Magro Editores.
- Freire, Paulo (1973). *¿Extensión o comunicación?* España: Editorial Siglo XXI.
- Freire, Paulo (1970). *Pedagogía del oprimido*. Montevideo: Editorial Tierra Nueva.
- Igarza, Roberto (2016). Futuro busca presente: la educación en la Nube. *Ciencia e investigación*. Tomo 66, N° 5, 9-17. <https://aargentinapciencias.org/publicaciones/revista-resenas/revista-cei-tomo-66-no-5-2016/>
- Jenkins, Henry (2009). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Krieger, Mario; Felcman, Isidoro y Larocca, Héctor (Coord.) (2013). *Planeamiento estratégico*. Buenos aires: Errepar. 1ra ed.
- Lion, Carina (2012). “Pensar en red. Metáforas y escenarios”. En: Scialabba, A. y Narodowski, M. *¿Cómo serán? El futuro de la escuela y las nuevas tecnologías*. Buenos Aires: Prometeo.

Maggio, Mariana (2012). Enriquecer la enseñanza. Buenos Aires: Paidós.

Maggio, Mariana; Lion, Carina y Perosi, María Verónica (2014) “Las prácticas de la enseñanza recreadas en los escenarios de alta disposición tecnológica”. En Revista Polifonías. Año III - Nº 5. Universidad Nacional de Luján.

Matus, Carlos (1987). Política, planificación y gobierno (Vol. 2). Caracas: Fundación Altadir.

Scolari, Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.

Scolari, Carlos (2013). Narrativa transmedia, donde todos los medios cuentan. Barcelona: Deusdo.

Scolari, Carlos (2018). Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de los medios. Libro blanco. Universitat Pompeu Fabra. http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_whit_es.pdf

Serres, Michel (2013) Pulgarcita. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Verón, Eliseo (2008). “El fin de la historia de un mueble”, en Scolari, C. y Carlón, M. El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía.