

LAS PRÁCTICAS DE LOS USUARIOS DE LA APLICACIÓN MOVI JOVEN EN ROSARIO.

Aportes desde la comunicación.



Universidad Nacional de Rosario



Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Licenciatura en Comunicación Social

Tesina de Grado

Las prácticas de los usuarios de la aplicación Movi Joven en Rosario.

Aportes desde la comunicación.

Directora: Lic. Leticia Giaccaglia

Autora: María Lucía Delgado

Legajo: D-1374/9

Contacto: delgadomarialucia@gmail.com

Rosario, 11 de agosto de 2021

AGRADECIMIENTOS



A mi mamá y a mi papá, por darme la posibilidad de estudiar.

Ellos me acompañaron, confiaron en mí y lo harán eternamente.

*A mi abuela, por recibirme siempre con los brazos abiertos, llenos de amor y
compañía en épocas de examen.*

A mi abuelo, que estaría orgulloso de ver lo lejos que llegue y aún puedo llegar.

A mis tíos y primos por sus palabras de aliento día a día.

A mis amigas y amigos que me motivaron y durante todo el proceso.

Sus abrazos que me impulsaron hasta acá.

A mis compañeras y compañeros de facultad.

Su amistad hizo de este recorrido algo único y maravilloso.

A Giuliana, una amiga del alma que Comunicación me dio para toda la vida.

A Leticia, por su profesionalismo y dedicación en este camino.

A la Universidad Pública, siempre.

Eternamente agradecida.

RESUMEN



Resumen / Abstract

La figura, hoy ya conocida como usuario se desplaza ágilmente en un mundo interconectado. Estos usuarios, cada vez más exigentes, no son lineales ni globales, cada uno de ellos presenta singularidades a tener en cuenta al momento de diseñar estrategias de comunicación.

En esta investigación buscamos reflexionar sobre el lugar de la aplicación Movi Joven en su ecosistema digital a partir de un análisis de las prácticas de sus usuarios. Estas resultan fundamentales para poder revisar los objetivos que tiene el programa y elaborar una propuesta comunicacional que aporte a su desarrollo.

Palabras clave

Comunicación – Tecnología – Juventudes – Ciudades.



índice

Introducción	9
Objetivos	13
<i>General</i>	
<i>Específicos</i>	
Planteo del problema	15
Marco teórico	23
<i>Sociedad del conocimiento y de la información</i>	
<i>Hipermediaciones</i>	
<i>Interfaces: leyes</i>	
<i>Masmediación y audienciación</i>	
<i>Hiperconectividad, burbujas de ocio y ocio intersticial</i>	
<i>El quid de la cuestión: los jóvenes</i>	
<i>La muerte de las audiencias de masas: el usuario</i>	
<i>Usos y prácticas sociales</i>	
<i>Comunicación colaborativa y cooperativa</i>	
<i>Nuevos perfiles de usuario</i>	
<i>Design Thinking</i>	
Enfoque metodológico	45
<i>Pautas para las entrevistas en profundidad</i>	
<i>Pautas de observación para la etnografía virtual</i>	



Caso de estudio **58**

Movi Joven una aplicación para los ciudadanos jóvenes
Situación actual

Hallazgos de la investigación **63**

Primera aproximación a las rutinas de los entrevistados
Continuidad temporal
Identidad de la app: desavenencia
Ritualidad de las prácticas
Rutina de uso
Beneficios
Interactividad
Información
Asesoramiento
Redes sociales
Observaciones
Rejillas de codificación de datos de análisis

Propuesta comunicacional **91**

Etapa Uno: Empatizar (Investigación) – Hallazgos
Etapa dos: Definición – Construcción del problema y lógica de actores
Etapa Tres: Ideación – Objetivos comunicacionales
Etapa Cuatro: Prototipado – Acciones comunicacionales
Etapa Cinco: Validación – Indicadores

Consideraciones finales **116**

Bibliografía **121**

Anexos **127**

Introducción



Introducción

“Cambian los procesos de producción, cambian las textualidades... también las formas de fruición se transforman. El diario no se lee como hace dos o tres décadas, la música se consume de otra manera y las vías de acceso a los contenidos audiovisuales no son las mismas” (Scolari, 2008: 243).

La audiencias ya no se encuentran donde las solíamos ubicar en un primer momento, bien quietas frente a la pantalla del televisor (Scolari, 2013), sino que las mismas han comenzado desde ya hace un tiempo un proceso de fragmentación, hoy en día ya consolidado como tal.

Con el paso de los años la televisión dejó ser el centro de atención o foco de reunión familiar en los hogares para pasar a descentralizarse, ubicándose tanto en las habitaciones, así como también, señala Scolari (2008) llegó a conquistar espacios públicos (bares, comercios, estaciones de trenes, aeropuertos, colectivos, etc.), y finalmente reducirse de tamaño hasta entrar en nuestro bolsillo (celulares, tablets, etc.).

A estos cambios se incorporó, ya hace tiempo, la aparición de Internet luego la de redes sociales, que dieron lugar a la introducción de nuevos escenarios para las prácticas comunicacionales ya que es por celular que accedemos que hoy en día, a todas las personas; por GPS a todos los lugares; por Internet, a todo el saber o los saberes y frecuentamos un ambiente muy distinto a los que nuestros adultos conforman como uno. Ya no habitamos el mismo espacio (Serres, 2012).

Serres (2012) sostiene que el mundo cambió a tal punto que los jóvenes debieron reinventarlo todo. Las tecnologías avanzaron y continúan avanzando a pasos agigantados y sólo unos pocos hoy en día son los privilegiados que pueden seguirle el ritmo.

A partir de estos avances, tanto las pantallas como los canales, se han multiplicado, dando lugar a que sus audiencias se fragmenten.

Junto a esto Scolari (2008) sostiene que: “en esta economía posfordista en la cual estamos inmersos, los medios no pueden seguir apostando por audiencias masivas (esas multitudes que la empresa de comunicación ofrecía en bandeja a sus anunciantes)” (Scolari, 2008: 245). Es así que este autor plantea una reconfiguración de las mismas, para albergar una nueva figura, hoy ya conocida como el usuario: “un sujeto que no da tregua a los dispositivos de interacción y que se mueve ágilmente en una red de documentos interconectados” (Scolari, 2008: 246).

En septiembre del año 2017 la Municipalidad de Rosario junto a las Secretarías de Transporte y Movilidad, Desarrollo Social y Cultura y Educación, propusieron el lanzamiento de una nueva aplicación para estos usuarios, en particular: los ciudadanos jóvenes de la ciudad, bajo el nombre de “Movi Joven”.

Esta aplicación se proyectaba como un dispositivo para potenciar el universo urbano cotidiano y ampliar a todos los jóvenes, las posibilidades de acceder a los distintos espacios y a la construcción de la ciudad.

Dentro de este marco, estas tres Secretarías (Transporte y Movilidad, Desarrollo Social y Cultura y Educación) a partir de Movi Joven, se propusieron los siguientes objetivos:

- . Promocionar la participación de jóvenes en diversas actividades culturales, recreativas y deportivas.
- . Incentivar la concurrencia a museos, centros culturales y otros espacios para jóvenes de la ciudad.
- . Fomentar prácticas sustentables en materia de movilidad.

- . Obtener información acerca del consumo joven en la ciudad.

En esta investigación buscamos reflexionar sobre el lugar de la aplicación Movi Joven en su ecosistema digital a partir de un análisis de las prácticas de sus usuarios, lo cual resulta importante para luego revisar los objetivos que tiene este programa y elaborar una propuesta comunicacional superadora.

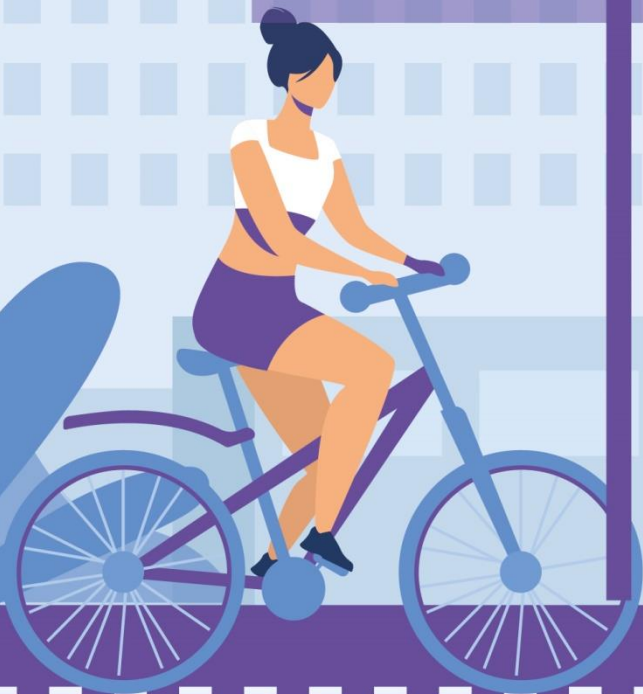
Para pensar una propuesta de comunicación estratégica debemos contar con varias herramientas que hagan foco en los usuarios, quienes hoy en día, son cada vez más exigentes, como así también, no son lineales o globales, ya que cada uno de ellos presenta diferentes gustos e intereses.

Con los avances de las tecnologías, Roberto Igarza (2009) sostiene que las industrias de los medios han ido cambiando rápidamente y también así las formas de consumo de contenido, las cuales se dan a partir de una tensión entre los espacios de ocio y los espacios de producción. Se buscará así, responder a las necesidades o deseos del usuario, centrándonos en la creatividad, es decir, conseguir que lo que se proponga sea de una manera diferente, logrando conectar con los distintos rangos etarios con los que se dispone, e ir mejorando las formas en las que se ha hecho anteriormente.

Cabe aclarar que una herramienta (aplicación) no supone un vínculo per se, en todo caso es una apuesta que requiere del diseño de una estrategia de comunicación efectiva en promover el vínculo entre la Municipalidad de Rosario y los jóvenes de 13 a 30 años, a través de la comunicación con el ciudadano joven y de otras acciones posibles más ajustadas al tipo de consumos culturales que tienen lugar en la actualidad.

Objetivos

4° PARADA



Objetivos

General

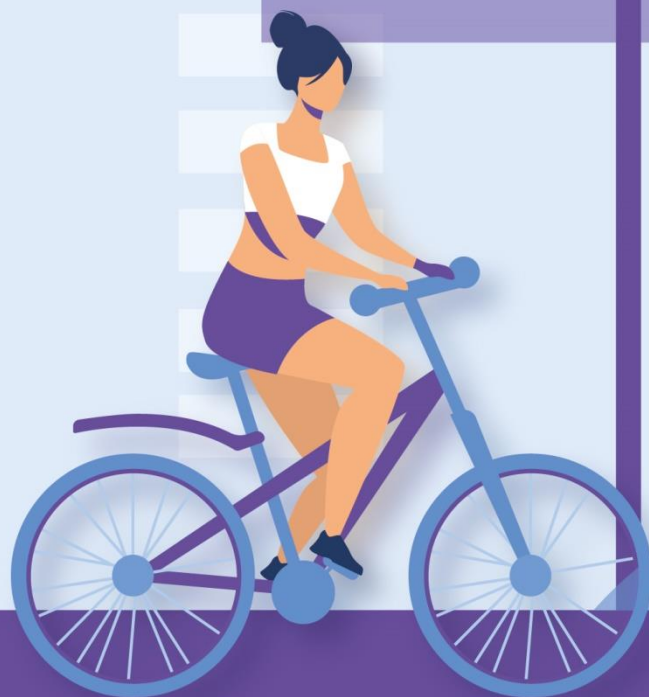
- . Analizar las prácticas de los usuarios de Movi Joven y generar una propuesta de comunicación que aporte al programa.

Específicos

- . Describir cómo funciona la aplicación Movi Joven.
- . Indagar las prácticas de los usuarios en el uso de la aplicación.
- . Reflexionar sobre el lugar de la aplicación Movi Joven en su ecosistema digital.
- . Generar una propuesta de comunicación que contribuya a cumplir los objetivos del programa Movi Joven.

PLANTEO DEL PROBLEMA

5° PARADA



Planteo del Problema

La elección del tema de la presente investigación tuvo su origen en la realización de una pasantía dentro de la Municipalidad de Rosario, en la que se conoció la aplicación Movi Joven. En un principio como pasante de su sistema operativo, y luego, como usuaria.

Movi Joven, fue pensada en el marco de las políticas públicas que tienen a los jóvenes de la ciudad como protagonistas. La iniciativa propuso el desarrollo de una aplicación que fortalezca el vínculo con cierto tipo de ciudadanos, los jóvenes de 13 a 30 años.

A partir de un programa de beneficios, la aplicación tenía como objetivo acrecentar la participación de los jóvenes en las distintas ofertas estatales, como así también en los distintos espacios con los que la ciudad contaba.

Las tareas que realizaba como pasante del programa consistían en manejar su back office, es decir el alta correcta de usuarios, la carga tanto de contenido, como de su agenda mensual y de sus beneficios. Con esto se tenía el cometido de redactar los correos destinados a los beneficiarios, a los encargados de las entidades que participaban del proyecto y, al mismo tiempo, responder las consultas que los ciudadanos ejecutaban sobre la misma.

Esta investigación procura indagar sobre los usos de la aplicación Movi Joven a partir de las prácticas de sus usuarios, para dar lugar a revisar los objetivos que tiene el programa y elaborar una propuesta que lo mejora.

Para poder llevar adelante el abordaje del problema, es necesario comprender qué perspectiva tiene el municipio, en este caso, respecto a los jóvenes para explicar, por ejemplo, por qué se habla de “juventudes” y no de “juventud”.

En este sentido, es que a partir de libro “Cartografías de políticas públicas de juventudes” (Beretta, Galano, Laredo, 2018) se puede tener una idea acabada de los temas anteriormente citados y reflexionar sobre las configuraciones de los vínculos entre el Estado Municipal y sus jóvenes, que presenta la ciudad de Rosario.

Las políticas públicas son consideradas un “proceso social complejo tejido alrededor de una cuestión, en el que participan tanto actores estatales como sociales, desplegando su paisaje de sentidos, intereses y recursos” (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 11).

Las políticas cuentan con una:

- . Dimensión contextual, es decir que las mismas, no se desarrollan en el vacío, sino que estas son productos situados.
- . Dimensión cognitiva, donde su estudio se despliega sobre la importancia del conocimiento, en efecto “reconocer y abordar una dimensión cognitiva de las políticas implica asumir que en tanto proceso social complejo en y a través de ellas se disputan sentidos, formas de entender y hacer” (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 11).
- . Dimensión actoral, deja establecido que las mismas están hechas de y por actores.

Por consiguiente la concepción de políticas de juventud, involucra dos temas complejos: los jóvenes y las políticas públicas.

Con la vuelta a la Democracia en Argentina (1983), las políticas públicas constituyeron un ámbito que resguardaba la vigencia de los derechos de los ciudadanos, habilitando que el Estado los fortalezca y permitiendo la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Según un documento oficial de la Municipalidad (2014) citado en “Cartografías de políticas públicas de juventudes” (Beretta, Galano, Laredo, 2018): “Los jóvenes [son] protagonistas de sus propios destinos, tanto personales como colectivos. En territorios socio-

urbanos de heterogeneidades y fragmentaciones, los y las jóvenes son potencias libres, creativas, rebeldes; pero son también uno de los grandes afectados por la desigualdad, la exclusión y la violencia”

Referenciando a las políticas públicas hacia la juventud en la historia de la ciudad y lo acontecido desde el retorno de la democracia (1983), en el año 1989 en la ciudad de Rosario, ante la renuncia de Horacio Usandizaga como el primer Intendente perteneciente a la UCR (Unión Cívica Radical), se convocó a elecciones generales, para elegir quien finalizaría dicho mandato.

Representando a la Unión Socialista, Héctor Cavallero, fue elegido como Intendente para el período 1989 – 1991 y reelecto en el cargo hasta 1995, desempeñando el puesto hasta 1995.

Durante sus gestiones, se pueden identificar dos ópticas sobre las políticas públicas de juventud:

- . Políticas locales para jóvenes: actividades de largo alcance y de organismos sectoriales como las políticas de educación, salud y empleo.
- . Políticas locales juveniles: políticas destinadas exclusivamente al sector juvenil (desarrolladas por organismos específicos de juventud en el ámbito estatal) que llevan adelante la construcción conjunta entre el Estado, la sociedad y los jóvenes, de espacios físicos, materiales y simbólicos.

La participación de los jóvenes en la ciudad de Rosario, se fue haciendo cada vez más amplia y diversa, logrando manifestar sobre el estado local, la necesidad de desarrollar nuevas capacidades institucionales. Expresiones de una participación juvenil que fue

capitalizada y más desarrollada durante la Gestión de Hermes Binner en la intendencia de Rosario en 1995.

Durante este tiempo se abrieron las Casas de Juventud con el objetivo de crear espacios de participación en las distintas zonas de la ciudad, “respetando las realidades y las problemáticas existentes en cada lugar, como así también impulsando a que se den su propia forma de organización para el mejor funcionamiento de las mismas y la planificación y concreción de actividades” (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 40)

Fueron estos espacios de participación y asociativismo los que dieron lugar a que la cuestión juvenil ingresara a las políticas locales.

Nace así el Centro de la Juventud, el cual contaba con distintos programas y talleres, abocados a los jóvenes.

La visión de este espacio estaba puesta en llevar adelante una ciudad donde los jóvenes y las propuestas que ellos realizaban, fueran tenidos en cuenta por la sociedad como recursos estratégicos para el desarrollo social, político y económico.

Con el transcurrir del tiempo la cuestión de la juventud se fue complejizando socialmente y fue necesario trabajar en la urgencia para con ellos y dentro de cada espacio territorial de pertenencia, ya que las situaciones de violencia e inseguridad urbana los implicaban directa o indirectamente.

Un caso testigo fue el triple crimen en el año 2012 a Jeremías (17 años), Claudio (19 años) y Adrián (20 años) de Villa Moreno, asentamiento precario del sur de Rosario, donde la mirada social otorgaba a la juventud una generalización de la violencia e inseguridad en la ciudad no dando lugar a pensarlos de otra manera.

Comenzaba a instalarse a los jóvenes en el marco de la violencia, por lo que fue necesario refutar esta mirada y sobre todo a estos jóvenes que lejos de ejercer violencia o implicarse en ella desarrollaban una tarea de militancia social en territorio, lo cual “propició disputar la definición del problema en el espacio público” (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 67).

Por consiguiente, “la problemática de la violencia social ingresó a la agenda gubernamental desde los albores de la primera gestión de la Intendenta Fein, y el trabajo con jóvenes se constituyó en la prioridad de su gestión” (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 69).

De este modo, se transita hacia una conceptualización plural de juventudes, la cual implicaba trabajar sobre la heterogeneidad y diversidad del colectivo juvenil (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 87).

El primer señalamiento de que se concibió la idea de las juventudes como un sujeto social heterogéneo y diverso, recayó sobre la nueva denominación del Centro de la Juventud, el cual pasó a ser nombrado “Galpón de las Juventudes”, habilitando así un espacio de llegada y encuentro de los jóvenes en la ciudad, en el que se dio lugar tanto a la innovación, la creatividad e el emprendedurismo.

La programación del galpón “pretende reflejar la heterogeneidad y la diversidad de acciones” (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 87). Por consiguiente, nos encontrábamos con espacios para zumba, tango, folclore, reggaetón, entre otros, como así también espacios dirigidos a la creatividad como la fotografía, cómic, radio, guitarra, percusión, teatro, etc.

La Municipalidad de Rosario, junto con la Secretaría de Cultura y Educación y la Secretaria General, siguiendo con sus políticas abocadas a los jóvenes, se incorporó de la mano de la tecnología y el mundo digital y lanzó los “Puntos Digitales”.

Los Puntos Digitales “son espacios multimediales que promueven la inclusión social a partir de nuevas formas de comunicación y desde una perspectiva colaborativa” (Beretta, Galano, Laredo, 2018: 88).

A su vez, en el año 2017, la Municipalidad de Rosario llevó adelante la propuesta de Movi Joven, aplicación digital.

El lugar de los jóvenes de nuestra ciudad y su participación visible en muchos espacios que les han posibilitado proyectarse a una mirada social diferente y el acceso de ellos a la aplicación Movi Joven, a fin de poder hacer una propuesta desde la dimensión comunicacional que aporte al crecimiento de la iniciativa, trabajando sobre el eje de la gestión de la participación, ha sido el interés de pensar esta tesina.

En ese sentido, indagar las prácticas de los usuarios en la aplicación permitirá reflexionar sobre los usos de la misma pero también sobre los consumos culturales de estos jóvenes ciudadanos.

A partir de esto, surge la pregunta: ¿los objetivos planteados y las acciones llevadas a cabo hasta el momento propuestas por la aplicación Movi Joven, fueron y son efectivas?

Cabe aclarar que una herramienta (aplicación) no supone un vínculo per se, en todo caso es una apuesta que requiere del diseño de una estrategia de comunicación efectiva en promover el vínculo entre la Municipalidad de Rosario y los jóvenes de 13 a 30 años a través de la comunicación directa con el ciudadano joven y de otras acciones posibles más ajustadas al tipo de consumos culturales que tienen lugar hoy en día.

Por último, esta investigación deja registro del desarrollo de este programa y de las decisiones que se fueron tomando durante su implementación, a fin de que dicho proceso sea considerado en futuras iniciativas, teniendo en cuenta que se trata de la primera aplicación

que el municipio puso en marcha bajo este sistema de puntos, canjes y beneficios que implica y apunta a la conformación de una comunidad de usuarios.

MARCO TEÓRICO



Marco Teórico

Sociedad del conocimiento y de la información

Actualmente es de conocimiento público, que las tecnologías de la información y el conocimiento han ido evolucionando de manera notable y veloz en nuestra sociedad, atravesando así distintas modificaciones y avances.

El mismo Castells plantea que “a diferencia de cualquier otra revolución, el núcleo de la transformación que estamos experimentando en la revolución en curso remite a las tecnologías de procesamiento de la información y comunicación” (Castells, 2000:57).

“A partir de la década del '80 asistimos a la emergencia de lo que Manuel Castells denomina el modo de desarrollo informacional entendido como el dispositivo tecnológico en el que la fuente de productividad y de excedente es la tecnología de la generación de conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos” (Comba y Toledo, 2008: 50), señala Castells y continúa agregando a su idea: “Este nuevo modo de desarrollo trae aparejada la aparición de un nuevo tipo de sociedad denominada *sociedad de la información, del conocimiento, post-industrial*, según la interpretación de teóricos provenientes de diferentes disciplinas” (Comba y Toledo, 2008: 50).

Dentro de este marco, se da lugar a la aparición de un nuevo tipo de sociedad, que trae aparejada un nuevo modo de desarrollo, denominada por teóricos provenientes de diferentes disciplinas como sociedad de la información, del conocimiento, post-industrial.

Para Manuel Castells, la *sociedad del conocimiento*, es “nuestra era” y la describe como “un período histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la

emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad” (Castells, 2001: 12).

Hipermediaciones

El autor Carlos Solari en su texto “*Hipermediaciones*”, plantea cinco cualidades más importantes de los nuevos medios. Es así como destaca que las nuevas formas de comunicación digital se caracterizan por las siguientes dimensiones:

- . Digitalización
- . Reticularidad
- . Hipertextualidad
- . Multimedialidad: en este aspecto la digitalización ha favorecido la convergencia de todo tipo de información en un único soporte. Este producto cultural fue diseñado como un paquete textual que abarca todos los medios y lenguajes imaginables.
- . Interactividades: a diferencia de los medios tradicionales, actualmente se hace posible detectar una relación transformativa entre el usuario del medio y el mismo medio. Y la capacidad de transformar su flujo y la forma de presentar sus contenidos está codificada dentro de los nuevos medios.

Las últimas dos categorías son pertinentes para dar cuenta y profundizar sobre los modos de uso y prácticas, ya que las mismas se encuentran en constante vínculo con dos aspectos relevantes de nuestro objeto de estudio: lo jóvenes y las pantallas e interfaces.

Respecto a la *multimedialidad* (también llamada convergencia retórica) “dejan de ser algo más que una suma de medios en una única pantalla: los lenguajes comienzan a interactuar entre sí y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación” (Solari, 2008:104). Es así como este autor remarca que hay *interactividad* en

“las relaciones sujeto-objeto, pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico” (Scolari, 2008:94).

Continuando con Scolari, vemos como se hace visible el concepto predominante que nos ubica en el escenario a desarrollar la investigación: la interfaz o interfaz de usuario.

Interfaces: Leyes

- . Primera Ley. La interfaz es una metáfora.

Según Scolari en su texto “Interfaces, Cinco leyes”, plantea que la misma no es ni una membrana, ni un instrumento en manos del usuario, sino que la misma es considerada el lugar de la interacción, es decir, un espacio entre lo real y lo virtual donde los usuarios se entrenan poniendo en juego sus experiencias, sus objetivos y deseo, a través de la máquina-red.

- . Segunda Ley. Las interfaces no son transparentes.

La interfaz está en constante diálogo con el usuario, o en palabras de Scolari “usuario hace hablar a la interfaz, la explora, reconstruye su código, en definitiva, la interpreta mientras la interactúa” (Scolari, 2007: 4). Es por eso que se conoce que las interfaces nunca hacen lo que los diseñadores pensaron y programaron que éstas harían, ya que es el usuario el que “co-diseña la interfaz y la usa a su manera, la sobreinterpreta” (Scolari 2007: 4).

- . Tercera Ley. Las interfaces conforman un sistema.

Las interfaces conforman un sistema en el cual los seres humanos ya nos encontramos inmersos, ya que abrimos la puerta girando una llave, encendemos la luz apretando una perilla o escribimos un texto tocando teclas. Somos seres interactivos, donde el botón de las pantallas es el grado cero de interacción.

Masmediación y audienciación

Vinculado a lo anterior, podemos sumar a Orozco Gómez, (1997) el cual distingue dos términos, muy necesarios a tener en cuenta en este desarrollo: masmediación y audienciación.

Al mencionar la *masmediación*, Orozco Gómez (1997) hace referencia a cómo el protagonismo que ocupan los medios y las tecnologías, nunca ha sido tan evidente como hasta este momento, ya que los mismos atraviesan los diferentes ámbitos de la vida cotidiana, desde el más público hasta el más privado, pasando por lo cultural, lo laboral, lo político, lo educativo y lo económico, dando lugar a pensar como el uso de estos ya no es opcional, sino necesario.

“Los largos tiempos de espera, los traslados entre el hogar y el trabajo, y el incremento de nativos digitales entre los jóvenes [...], son los factores principales de la tan notable visibilidad que han adquirido los dispositivos móviles en nuestras sociedades hiperurbanas” (Igarza, 2009: 13).

Desde una perspectiva más comunicacional, las mediaciones son procesos que a su vez ejercen un predominio estructurante en los procesos comunicativos en su conjunto. Para tal efecto, tienen su origen en diversas fuentes, como lo son los mismos medios, los textos y discursos, los lenguajes y dispositivos técnico-informativos, los propios miembros de la audiencia como sujetos sociales, su cultura, su historia, las instituciones en las que participan.

Respecto al segundo término seleccionado, *audienciación*, Orozco Gómez (1997) señala que dentro de las sociedades actuales, y gracias a los avances de las tecnologías, se pueden constituir ciertos segmentos de audiencia, definidos por consistencias y similitudes en su interacción con esos referentes.

Las afirmaciones anteriores dejan expuesto, que la misma se alcanza, a partir de la creciente segmentación social que ha tenido y seguirá teniendo lugar en el futuro, lograda por la centralidad y expansión de los medios y tecnologías de información, además de su interacción diversificada y su correspondiente vinculación con los sujetos sociales.

Hiperconectividad, burbujas de ocio y ocio intersticial

Roberto Igarza estudia las nuevas formas de consumir contenidos que surgieron en las sociedades híper urbanas. El eje principal de su teoría son las *burbujas de ocio* en la que los individuos consumen a través de los dispositivos tecnológicos contenidos informáticos y de esparcimiento, a la vez que se relacionan con los demás individuos.

El consumo mediático ya dejó de ser exclusivo del hogar y se trasladó a los pequeños momentos de ocio de la vida cotidiana. Estas micropausas se evidencian con los cambios que se sucedieron en el ámbito laboral, en el cual la jornada laboral se encuentra interrumpida por pequeños recreos.

Con los avances de las tecnologías, las industrias de los medios han ido cambiando rápidamente y también así las formas de consumo de contenido, las cuales se dan a partir de una tensión entre los espacios de ocio y los espacios de producción.

Igarza en su texto “Burbujas de Ocio” (2009) sostiene que sin conectividad hoy es imposible competir, por lo que plantea que “*la conectividad ‘fija’* se asemeja a estar todo el tiempo ‘conectado a’, al menos, un dispositivo, lo que sugiere estar ‘atado a’ algo fijo” (Igarza, 2009: 21) mientras que la *hiperconectividad* “es estar potencialmente conectado todo el tiempo ‘a través de’, al menos, un dispositivo o una red” (Igarza, 2009: 21).

La “Sociedad Digital, Hiperconectada y Entretenida” es señalada por Igarza como la continuación de la Sociedad Informacional. En la misma el tiempo de ocio debe ser

considerado como eje fundamental de la sociabilidad de las personas; durante este tiempo se desarrollan todo tipo de actividades, desde el ámbito cultural al lúdico. Las tecnologías de la comunicación digital permitieron que la oferta creciera rápidamente. La vida se encuentra mediada por lo digital, los medios conviven y forman parte de nuestros hábitos diarios. Accedemos, intercambiamos y producimos nuevos conocimientos digitalmente.

En lo que el autor denomina “*burbujas de ocio*” o burbujas de tiempo, los nuevos medios y dispositivos móviles tienden a jugar un rol protagónico, ya que “a medida que el tiempo de placer, de descanso y de ocio se fue convirtiendo en un tiempo de consumo, las diferencias entre el tiempo para producir y el resto del tiempo de vida fueron menguando” (Igarza 2009, 37).

Podremos definir así al tiempo de ocio como un “eje vertebrador de la sociabilidad, compartiendo el protagonismo de la educación y del trabajo como principales factores de la acumulación de capital social de los ciudadanos” (Igarza, 2009: 40) y además decir que el mismo ante la cotidianeidad, es considerado tanto como un momento de distensión y como un momento de divertimento, el cual “ha desplazado lo funcional y utilitario que tuvo la computadora en la primera etapa de su vida en el hogar” (Igarza, 2009: 97).

Esta forma de consumir se vio respaldada por la llegada de Internet móvil y las tecnologías inalámbricas. El usuario hoy puede estar conectado todo el tiempo, hiperconectado, lo que trae consecuencias en diferentes ámbitos. El aumento de la exposición a los medios trajo consigo una revisión de la noción de audiencia tradicional, el reconocimiento de una audiencia interactiva obligó a que los medios masivos se transformaran.

Según el autor, esta redistribución y entremezclado de los tiempos productivos y ociosos, más la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, promovieron que “el ocio se consuma en pequeñas píldoras de fruición, brevedades que pueden disfrutarse

en los micro espacios que dejan las actividades laborales o en los fragmentos de dedicación ociosa que el usuario se adjudica durante los desplazamientos o en su tiempo libre en el hogar” (Igarza, 2009: 43).

Explicado de manera más simple, Igarza (2012) sostiene que actualmente, a partir de los cambios mencionados nos encontramos frente a una redefinición de las audiencias: audiencias que solapan los consumos, es decir “ven televisión y twitteen simultáneamente y en muchos casos twitteen respecto de lo que están viendo o de lo que están por ver o de lo que acaban de ver, esa situación hace que se realice un apilamiento de medios y solapamiento de consumos” (Igarza, 2012).

Al plantear el término acumulación de medios, el autor hace mención tanto a la televisión, como las redes sociales y al mencionar el vocablo solapamiento, se hace referencia a la superposición parcial de los consumos: “Pispeo lo que está saliendo por TV y de reojo también mantengo la tensión sobre lo que mis amigos, mis conocidos, mis familiares están viendo, porque lo estoy sabiendo en la pantalla del celular” (Igarza, 2012).

El quid de la cuestión: Los jóvenes

En su escrito titulado “Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes”, Oscar Dévila León, hace referencia, mencionando a otro autor, al primer concepto a tener en cuenta sobre esta tesina de investigación: “La juventud es concebida como una categoría etaria (categoría sociodemográfica), como etapa de maduración (áreas sexual, afectiva, social, intelectual y físico/motora) y como subcultura” (Sandoval, 2002:159-164).

Al hablar de *jóvenes*, la primera asociación a la que se recurre es la edad ya que esta se cree que es la principal característica que los distingue del resto de la población. No obstante, el compartir un rango etario no hace a todas las personas iguales.

“Las modalidades sociales del ser joven dependen de la edad, la generación, el crédito vital, la clase social, el marco institucional y el género”, señala Margulis (1996) en su texto “La juventud es más que una palabra” y analiza a la misma en términos de “valor simbólico” y de “construcción social”.

Para poder llevar adelante esta investigación, un concepto clave es la definición que hace de jóvenes tanto la Municipalidad de Rosario, como la aplicación Movi Joven.

El concepto de *juventud*, será tomado, retomando el texto de Oscar, en palabras de Reguillo (2000: 49): “Para situar al sujeto juvenil en un contexto histórico y sociopolítico, resultan insuficientes las concreciones empíricas, si éstas se piensan con independencia de los criterios de clasificación y principios de diferenciación social que las distintas sociedades establecen para sus distintos miembros y clases de edad”.

Por consiguiente, poder ver a los jóvenes desde el paradigma de la complejidad implica para Dávila (2008) “reconocer la heterogeneidad de lo juvenil desde las diversas realidades cotidianas en las que se desenvuelven las juventudes. De esta manera posibilita asumir que el período juvenil tiene plena vigencia en todas las necesidades humanas básicas y otras específicas, por lo que resulta perentorio reconocer tanto la realidad presente de los jóvenes como su condición de sujetos en preparación para el futuro. Esto supone la posibilidad de observar a la juventud como una etapa de la vida que tiene sus propias oportunidades y limitaciones, entendiéndose no sólo como un período de moratoria y preparación para la vida adulta y el desempeño de roles pre-determinados”.

Las juventudes son entendidas como la heterogeneidad de personas, de diversas edades (comprendidas entre los 13 y 30 años) con diferentes intereses, hábitos y modos de consumir y comunicarse.

Abordando esta perspectiva podemos retomar a Duarte Quapper (2000) y su texto “¿Juventud o juventudes? Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes de nuestro continente”, en el cual señala que las mismas “surgen como grupos sociales diferenciados, con particularidades y especificidades en cada sociedad y en cada intersticio de ella, entre los espacios de las palabras van surgiendo con distintos rostros, olores, sabores, voces, sueños, dolores, esperanzas”

Así mismo, cabe aclarar que no hablamos de juventud, como concepto homogeneizante y universal, sino de juventudes, concepto heterogéneo, particular y subjetivo. Al respecto, el autor agrega que “Los jóvenes no constituyen una categoría homogénea, no comparten los modos de inserción en la estructura social, lo que implica una cuestión de fondo: sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales (...)” (Duarte Quapper, 2000).

Con el objetivo de definir a las juventudes, Duarte señala la necesidad de aprehender a mirar y conocer a las mismas, en tanto como portadoras de diferencias y singularidades que construyen así su pluralidad, como también su diversidad en los distintos espacios sociales.

“El reconocimiento de la heterogeneidad, la diversidad y la pluralidad, como veremos, son ejes para una nueva mirada de las juventudes en nuestro continente” (Duarte Quapper, 2000).

Desde esta investigación se considera a los jóvenes como sujetos completos, con saberes, aptitudes, prácticas, producción de significación social, y en pleno ejercicio de su ciudadanía.

La muerte de las audiencias de masas: el usuario

“El tiempo disponible de la audiencia se transforma, se fragmenta y se expande”, expresó Mancini (2011), para definir así la llegada tanto de Internet, como de los jóvenes nativos digitales a nuestras vidas, ya que la audiencia ahora consume en todo momento y desde

cualquier parte: “En el subte. En la oficina. Durante el almuerzo. Mientras espera a su pareja. Antes de empezar una reunión. En el taxi. En la demora de la cita con el dentista. En la fila para pagar en el supermercado. En todos lados. En ninguno. De paso. Sin compromisos ni especial atención” (Mancini, 2011: 24).

Es así como Igarza sostiene que “esta sociedad digital, hiperconectada y entretenida representa una nueva etapa en la sociedad de la información” (Igarza, 2009: 41), caracterizada tanto por la sobreproducción como por la oferta de contenidos, los cuales tienen un impacto sobre las actividades que desempeñan los trabajadores.

Por consiguiente, en la actualidad, el consumo cultural se encuentra inundado de plataformas de intercambio y distribución de contenidos, que dan lugar no solo a transformaciones en la comunicación, sino también a las formas en las que se la población aprende, se informa y se divierte, debido a que “las tecnologías digitales de naturaleza computacional son, después de la imprenta, el ferrocarril y la electricidad, el encuentro de mayor significación de las tecnologías con la sociedad” (Igarza, 2009: 25).

Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, en el 2013 al hablar de internet nos referíamos a la computadora de los hogares, que en contraposición a los datos arrojados en la última medición, se ve como esta se deslocaliza con la aparición y réplica de la telefonía móvil.

“En 2013 apenas un 9% de la población se conectaba a internet principalmente a través del celular, mientras que en 2017 más del 70% se conectó todos los días vía smartphone” (Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017: 6), dando lugar así al acceso constante a la cultura.

De acuerdo a las cifras obtenidas en los últimos años, “el ritmo de crecimiento del uso de internet (aumentó un 15% con relación a 2013) permite esperar para los próximos años una penetración casi universal, equiparable a la de la TV (98%). De acuerdo con los datos de la encuesta, el 80% de los argentinos usa internet y el 63,5% tiene conexión en su casa. Además, casi la mitad de quienes no usan internet son adultos mayores de 65 años y el motivo principal por el cual no lo hacen es porque aún no aprendieron a usarlo” (Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017: 31).

Para que todo esto sea posible, entra en juego otro factor, el tiempo, el cual “es clave: es una variable crucial en la producción, en la distribución y en el consumo de información. Pero también lo es ahora en la percepción de la calidad y la excelencia de un producto o servicio informativo” (Mancini, 2011: 22).

Vemos entonces cómo se da el paso de una comunicación lineal, estática, unidireccional a una conversación dinámica, bidireccional entre pares, entre otras características, ya que “las audiencias, se están convirtiendo en la médula funcional de los medios” (Mancini, 2011:42).

Para que esto tenga lugar, además de todos los avances que hemos mencionado, Fogel caracteriza la internet como “la muerte de las audiencias de masas” (Fogel, 2006:14). Por consiguiente, en el texto de Hipermediaciones de Scolari, se deja en claro que “los medios no pueden seguir apostando por las audiencias masivas (esas multitudes que la empresa de comunicación ofrecía en bandeja a sus anunciantes)” (Scolari, 2008: 245) por lo que se dará lugar a una nueva figura: el *usuario*.

Hoy en día, al hablar de usuarios, dejamos en claro que estos son el motor de la distribución de los contenidos que circulan, ya que como señala Mancini, “la audiencia propaga el contenido hacia dónde debe ir” (Mancini, 2011: 42) y al mismo tiempo, “recibe el contenido que le interesa” (Mancini, 2011: 42).

Junto a esto, se debe dejar asentado que “en un mundo donde fluye la réplica, sólo tienen chances de destacar los intentos por construir diferencia” (Mancini, 2011: 54), ya que es la misma audiencia la que va a hacer hoy en día, que aquel producto o servicio no sea invisible y se dependa cada vez más de esta para construir valor.

Usos y prácticas sociales

El hombre tuvo su primer vehículo para comunicarse a partir del desarrollo del lenguaje y posteriormente y luego de años de evolución dicha tarea condujo a que “esa forma de comunicación coexistiera con un modo visual encarnado en la escritura: el alfabeto” (Comba y Toledo, 2003: 3).

Aunando la situación se puede decir que hay cuatro hitos fundamentales en la historia de la comunicación humana, según los autores mencionados. Esos hitos conforman un antes y un después para la humanidad. “La invención del lenguaje, la del alfabeto, la de la imprenta y, con la invención de la comunicación digital y la conexión en red estaríamos en presencia del cuarto estadio que divide la historia sin resto entre un antes y un después” (Comba y Toledo, 2003: 3)

El hombre de acuerdo a las circunstancias transcurridas en cada momento y entorno en el que se encontraba, ha ido resolviendo los problemas que se le presentaban a través de la construcción de herramientas para el pensamiento y diseño de nuevas prácticas.

Los *usos sociales*, aparecen como “la invención de nuevas prácticas para hacer las tareas” (Comba y Toledo, 2003: 7). Esto implica que no existen modos de hacer bien o mal las cosas, sino que cada uno recrea permanentemente sus propias maneras de hacer sin seguir instrucciones.

Al centrarnos en el término de usos sociales, se debe hacer mención a la terminología de *consumo*, ya que se encuentran íntimamente relacionados. Se entiende al consumo como “no sólo la reproducción de fuerzas sino la producción de sentido” (Barbero, 1990: 23).

En este sentido se ve a los usos sociales – siguiendo a De Certeau citado por Barbero – “como operadores de apropiación que, siempre en relación con un sistema de prácticas, pero también con un tiempo y un lugar, instauran una relación de sujetos con los otros. Es la otra cara de la cotidianeidad, de la creatividad dispersa, oculta, la de la productividad inserta en el consumo” (Barbero, 1990: 23).

El otro concepto a tener presente en esta investigación, que además retoman los autores para construir la noción de uso social es el de *habitus*, el cual que adquieren de Bourdieu.

El autor, define al término *habitus* como el conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él. Estos esquemas generativos están socialmente estructurados: han sido conformados a lo largo de la historia de cada sujeto y suponen la interiorización de la estructura social, del campo concreto de relaciones sociales en el que el agente social se ha conformado como tal. Pero al mismo tiempo son estructurantes: son las estructuras a partir de las cuales se producen los pensamientos, percepciones y acciones del agente.

Será a partir de este concepto, que los sujetos producirán sus prácticas. El *habitus*, entendido como la interiorización de las estructuras a partir de las cuales el grupo social en el que se ha sido educado, lo lleva a producir sus propios pensamientos y sus prácticas, con los cuales formarán luego un conjunto de esquemas prácticos de percepción, apreciación y evaluación de los agentes sociales.

Por esta razón podemos afirmar que “el uso parte del descubrimiento progresivo y de la familiarización con los modos de operar de la máquina. Hay una práctica que parte de la racionalidad de la máquina y otra, más libre y espontánea, que parte de la imaginación del usuario” (Gómez Mont, 2002: 294).

Al mismo tiempo es necesario dejar asentado, siguiendo la línea del tema, y según los escritos de Carlos Scolari (2008) que como primera enseñanza expresa: “Nunca debemos dar por garantizado el uso de una tecnología. Un cuchillo puede convertirse en abrelatas y un avión en un misil. Si bien todas las tecnologías - al igual que un texto - nos llegan dotadas de un programa interpretativo, a la hora del consumo esa propuesta puede ser sobreinterpretada por los usuarios” (Scolari, 2008: 264).

Comunicación colaborativa y cooperativa

A lo largo de la historia se ha puesto énfasis en estudiar a los productores, a los productos y a partir de estos, a los receptores. Hoy en día el análisis central recae sobre las múltiples relaciones entre estos tres elementos integrados, en lugar de aislados.

Carlos Solari (2008) en la segunda parte de su texto “Hipermediaciones” denominada “El hacer comunicacional” nos plantea que para lograr comprender a las nuevas formas de producción designadas como colaborativas hay que observar y analizar con anterioridad, las transformaciones de los procesos de consumo cultural.

La industria del software tiene bajo su poder la propiedad intelectual y el control total sobre el código fuente (source code), por lo tanto el poder se encuentra situado únicamente a partir del productor. El usuario solo se limita a expresar su demanda, las cuales se consideran mutantes y en algunos casos particulares, por lo que el productor trata de interpretar la misma para poder satisfacerla (en parte) lo antes posible.

El rol que ocupan los usuarios, también conocidos como productores, es considerado fundamental. El autor de “Hipermediaciones” (2008), hace mención sobre Eric von Hippel (1988) en sus escritos, el cual señala que al darle poder a los usuarios, en comparación con las grandes industrias abocadas a la realización de softwares, estos son capaces de generar procesos de innovación mucho más veloces y eficientes que las mismas.

Dentro de este proceso comunicacional, se presenta además, el trabajo cooperativo, el cual no busca desarrollar un instrumento, es decir un software, o en todo caso un sistema operativo sino que el mismo se emplea para la generación y distribución de contenidos, ya sea noticias, fotografías, videos, música, etcétera.

La *comunicación cooperativa* considera a la red no como una simple vidriera de contenidos multimedia, sino como una plataforma abierta que favorece y fomenta a que los usuarios participen en ella.

Scolari (2008) sostiene en sus escritos que “la motivación de los individuos, la coordinación colectiva y la complejidad de las interacciones -que genera permanentemente configuraciones emergentes- son los pilares básicos de la comunicación participativa. Estos sistemas no hacen más que reproducir la (bio) lógica de la red digital” (Scolari, 2008: 200).

El desarrollo tecnológico no es considerado hoy en día como un proceso lineal sino como una sucesión de olas, en palabras metafóricas. Por consiguiente nos encontramos ante la aparición de las *tecnologías colaborativas*, las cuales no desplazan a las anteriores, sino que al interactuar entre sí, dan lugar a nuevas configuraciones.

En el relato de uno de los capítulos de “Hipermediaciones”, Carlos Scolari (2008) comenta que una vez alcanzada una situación de equilibrio, luego de las distintas transformaciones

dentro de los procesos de comunicación, se da lugar también a llevar adelante mutaciones en las profesiones correspondientes dentro de la rutina de trabajo.

“Un periodista comienza a usar el ordenador para editar videos, un diseñador gráfico se acerca al mundo de la edición sonora para comenzar a experimentar en el multimedia y el fotógrafo descubre el programa de ilustración a partir del uso del software de retoque” (Scolari, 2008: 203) señala el autor y refuerza su teoría afirmando que dentro de los medios de comunicación se está llevando a cabo un proceso de convergencia profesional, el cual se encuentra caracterizado por la aparición de nuevas figuras profesionales como los diseñadores de la interacción, el gestor de contenidos, periodista ENG, etc.

Nuevos perfiles de Usuario

La evolución tecnológica utiliza todas las oportunidades que se le presentan para generar estrategias basadas en ir sumando productos, servicios y aplicaciones online que den lugar a la libre relación entre los usuarios alentando a la participación, al intercambio libre y gratuito de información, para así poder abordar estudios sobre el comportamiento del usuario y advierten sus necesidades

Sergio Ortega Santamaría (2007), en su informe titulado “Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0” plantea la forma en la que se podría definir la evolución de los usuarios según su estructura de conocimiento y según su experiencia en diferentes contextos de uso.



Es a partir de esto que el autor los separa en cuatro grandes grupos: *usuario inicial*, *usuario medio*, *usuario 2.0* y *usuario experto*, logrando clasificar al usuario medio como los tipos de personas que recurrían a las tecnologías para solucionar sus problemas cotidianos.

En su texto Ortega Santamaría menciona a Melucci (2001) retomando palabras de Tim O'Reilly, el cual sostiene que una verdadera aplicación es aquella que mejora mientras más personas la usan. Para tal efecto, la clave estará en el conjunto de usuarios y en la búsqueda del equilibrio entre los intereses personales y los bienes públicos.

De este modo Sergio Ortega Santamaría (2007) explica: “Lo cierto es que el cambio está en nosotros mismos, en nuestra forma de pensar, en nuestros usos y desusos, en nuestra forma de proceder y en nuestras propias necesidades, capacidades y posibilidades”.

En la actualidad, es de público conocimiento para los programadores que las nuevas aplicaciones online cuentan con un perfil de usuario 2.0 que presenta hábitos adquiridos y conocimientos demostrados.

Sergio Ortega Santamaría (2007) amparándose en el esquema anterior, sostiene que se podrían establecer diferentes estados o modos de interacción en los usuarios.



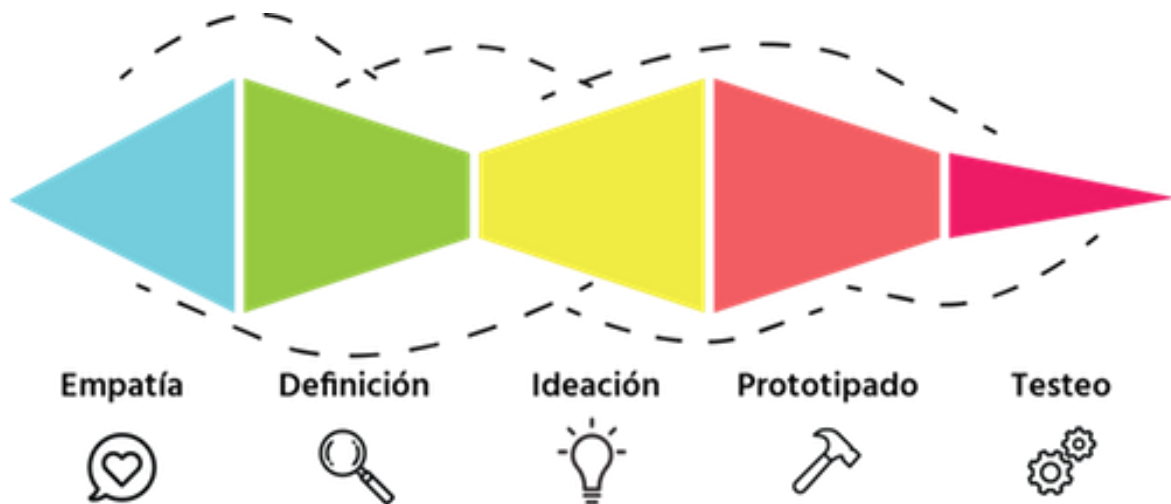
El navegante al que el autor hace referencia “presenta una cultura tecnológica avanzada, que han adquirido una representación mental de los conceptos relacionados con las nuevas herramientas que supera el modelo mental intuitivo y que muestran una forma diferente de organizar y utilizar el conocimiento” (Ortega Santamaría, 2007).

Este es un usuario que “aporta, difunde, comparte y colabora” (Ortega Santamaría, 2007) pero además, él mismo ha ido con el tiempo superando los obstáculos en cuanto a los procesos de acceso y gestión de la información, como así también “es pionero en la utilización de herramientas y aplicaciones on line y lo seguirá siendo mientras estas le ayuden a gestionar su trabajo, mantener su red de contactos y establecer una actitud y disposición colaboradora” (Ortega Santamaría, 2007).

Este navegante según Santamaría (2007) sabe lo que está buscando antes de lograr encontrarlo y los conocimientos que presenta, junto a las capacidades que ha ido desarrollando con la evolución tecnológica “le permite crear e inventar nuevas posibilidades así como construirse una identidad virtual cada vez más verdadera, creíble y cercana a la identidad real” (Ortega Santamaría, 2007).

Design Thinking

El *Design Thinking* o *pensamiento de diseño*, según Design Thinking España (<https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/>) es un proceso de resolución de problemas enraizado en un conjunto de habilidades y centrado en el ser humano, en este caso en los usuarios.



Para pensar una propuesta de comunicación necesitamos contar con varias herramientas en las cuales la principal es hacer foco en los usuarios. Hoy en día los mismos son cada vez más exigentes, además como se conoce, estos no son lineales o globales, ya que cada uno de ellos presenta diferentes gustos e intereses.

El Design Thinking valida su propuesta basada en la agilidad y gestión de riesgos la cual se sustenta en estar accionando con el usuario cada uno de los pasos y decisiones que se van tomando, en lugar de esperar a finalizar los procesos para testearlos, como se hacía con otras metodologías antiguas.

La metodología de trabajo de este proceso no se produce de forma lineal, sino que se puede volver a una fase anterior luego de validar con el usuario y así averiguar si los pasos que se están realizando están yendo o no por un buen camino, ya que se responde a las necesidades o deseos de los mismos. Por lo tanto no se diseña desde hipótesis propias no validadas, sino que se plantea teniendo en cuenta lo que es relevante para la persona en cuestión, así nos aseguramos de aportar un verdadero valor.

Otro aspecto importante de esta metodología de trabajo, es que su objetivo además de responder a las necesidades o deseos del usuario, también está centrado en la creatividad, es decir, conseguir que lo que se proponga de una manera diferente y mejore las maneras en las que se ha hecho anteriormente.

Cinco fases que componen el proceso

Todo proceso de Design Thinking parte de un reto, el cual se define como, problema o aspecto que se desea explorar para entender y luego generar soluciones en relación a las necesidades o deseos de un conjunto de usuarios.

1. Investigación

- . Fase esencial de esta metodología.
- . Se ocupa del descubrimiento y entendimiento de las necesidades del consumidor.
- . Se enfoca en analizar profundamente al cliente.
- . No basta con observar a los usuarios, sino que también es necesario interactuar con ellos.

2. Definición

- . Se definen cuáles son las principales necesidades.

- . Se precisan variedad de problemas detectados previamente.

3. Ideación

- . El equipo debe pensar creativamente
- . Lanzar más de una idea para solucionar aquellos problemas específicos que se identificaron en la fase previa.

4. Prototipado

- . Materializar las ideas seleccionadas.
- . El prototipo puede ser digital (una web beta, por ejemplo) o físico (como un dibujo o diseño).
- . Estos prototipos se realizan con materiales de bajo costo.

5. Validación

- . Los clientes prueban y evalúan los prototipos elaborados anteriormente.
- . Con las críticas de los usuarios el equipo de trabajo podrá hacer correcciones en los prototipos.
- . Esta etapa empírica de validación es crucial para descubrir errores y aciertos.

ENFOQUE METODOLÓGICO

7° PARADA



Enfoque Metodológico

Esta investigación se posiciona en el *paradigma interpretativo*. Propuesto por Weber, nace con la idea de “practicar una ciencia de la realidad de la vida que nos rodea y en la cual estamos inmersos, mediante la comprensión del contexto y significado cultural de sus distintas manifestaciones en su forma actual y de las causas que determinaron históricamente que se haya producido así y no de otra forma” (Vasilachis de Gialdino, 1993: 48 - 49).

A causa de la elección que se ha llevado a cabo, se ha decidido adoptar la *aproximación cualitativa*, puesto que esta metodología es apropiada cuando el investigador se propone investigar la construcción social de significados, la perspectiva de los actores sociales, los condicionantes de la vida cotidiana o brindar una descripción detallada de la realidad (Wainerman & Sautu, 1998).

Se intentará relevar la información necesaria a los fines de poder lograr arribar a conclusiones que permitan sentar las bases para la problematización del diseño de la propuesta de intervención.

Este enfoque “es la búsqueda de un conocimiento descriptivo, lo más completo posible, que sirva de base al investigador para lograr sucesivas comprensiones, cada vez más afinadas, sobre su objeto de investigación, y para la formulación subsecuente de una cada vez más completa teorización” (Orozco Gómez, 1997: 153).

Vasilachis, afirma que esta aproximación cualitativa, es un enfoque metodológico en el que se actúa sobre contextos reales y el observador procura acceder a las estructuras de significados propias de esos contextos mediante su participación en los mismos.

A diferencia de la metodología cuantitativa, donde los procedimientos son rígidos y se emplean instrumentos de las ciencias duras, aquí se utilizan conceptos sensibilizadores,

flexibles, que en vez de construir un recorte de la realidad, representan direcciones en las cuales mirar.

Es por esta razón que Orozco Gómez (1997) sostiene que desde esta perspectiva se encuentra lo distintivo, ya que la misma lo que aborda son los objetivos de estudio contruidos por el propio investigador, es decir que no existen por sí mismos, sino que se requiere que el investigador se vaya adentrando sobre el mismo mediante interpretaciones sucesivas.

Esta investigación es de *carácter exploratoria*, es por esto que la metodología seleccionada resulta ser la más adecuada para indagar sobre temas específicos del recorte realizado.

En la enunciación de los objetivos, se ha planteado describir cómo funciona la aplicación seleccionada (Movi Joven) y es por este motivo que se ha distinguido para llevar adelante la utilización del *estudio de caso* dado que “es especialmente apropiado cuando las preguntas de investigación son del tipo ¿Cómo? o ¿Por qué? es decir, se busca describir un fenómeno hasta el momento poco estudiado” (Yin, 2004).

Junto con lo mencionado, al mismo tiempo, se emplea como herramienta de recolección de datos las *entrevistas en profundidad*. Esta técnica, se dirige a "la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras" (Taylor y Bogdan, 1996: 194-195).

Este tipo de entrevistas se caracterizan según Taylor y Bogdan (1996) por ser programadas cara a cara entre investigador e informante, y se caracterizan por ser dinámicas, flexibles, no dirigidas, no estructuradas, no estandarizadas y abiertas, además que la información que proveen es muy rica.

El criterio de selección de los entrevistados se ha realizado según la técnica de la ‘bola de nieve’: “conocer a algunos informantes y lograr que ellos nos presenten a otros” (Taylor y Bogdan, 1996: 109). Dentro de este marco, esta técnica brinda ayuda ya que, “es a través de amigos, parientes, contactos personales y conocidos como accedemos a capturar los actores objeto de la investigación” (Sierra, 1998: 312).

En virtud de los resultados, se va a poder obtener una determinada cantidad de usuarios que conformarán la muestra, la cual se considera que deberá estar compuesta por dos criterios: como primer aspecto a tener en cuenta, se plantea el rango etario (de 13 a 30 años).

Una primera versión que caracteriza a la juventud es considerarla una etapa de la vida, distinguible de otras que se viven en el ciclo de vida humano, como la infancia, la adultez, la vejez.

En concordancia a los fines prácticos de la investigación, se van a sectorizar a los jóvenes que llevan a cabo el uso de la aplicación seleccionada entre las edades de: 13 a 17 años, 18 a 25 años y 26 a 30 años.

Al hablar de jóvenes, la primera asociación a la que se recurre es la edad ya que ésta se cree que es la principal característica que los distingue del resto de la población. No obstante, el compartir un rango etario no hace a todas las personas iguales.

“Las modalidades sociales del ser joven dependen de la edad, la generación, el crédito vital, la clase social, el marco institucional y el género”, señala Margulis (1996) en su texto “La juventud es más que una palabra” y analiza a la misma en términos de “valor simbólico” y de “construcción social”.

Seguido a este, el segundo rango a ser utilizado será su localización geográfica dentro de la ciudad de Rosario, es decir, abarcando así sus seis Distritos: centro, norte, noroeste, oeste,

sudoeste, sur. Esto nos dará una mirada más amplia al momento de obtener información, incorporando el componente territorial.

En este sentido, Orozco Gómez (1997) explica que, resulta de gran importancia incluir en el grupo de participantes, individuos tan diversos entre sí, que puedan ofrecer tantas diferencias como sea posible.

Para llevar adelante las entrevistas en profundidad, el instrumento de registro utilizado será la grabación en audio de cada una de ellas.

Paralelamente, se realizará una *etnografía virtual*, dando lugar así a poder mostrar a través de la observación, las prácticas que los usuarios de la aplicación realizan de esta, a través de la noción de captura de pantalla. La misma, también conocida como “etnografía del ciberespacio, etnografía online o ciber-etnografía, es considerada la etnografía que se hace sobre, en y a través del ciberespacio o mundo virtual” (Baulieu, 2004).

La tarea del etnógrafo será “sumergirse con empatía entre sus informantes, presentarse siguiendo los códigos de conducta establecidos, dominando el mundo simbólico y por supuesto el lenguaje propio” (Malinowski, 2019). El antropólogo debe detenerse en el análisis del discurso en la web, tanto del texto como de la imagen (estática y/o en movimiento), pues ambos son fuente directa de información sobre los contenidos culturales que podemos analizar en la etnografía del ciberespacio (Talléz Infantes, 2000)

La pauta de observación que se realizará será en las diferentes secciones con las que cuenta la aplicación Movi Joven. Lo que nos interesa visualizar es la participación de los usuarios y las prácticas que realizan en estas pestañas ya diagramadas.

Estrategia Teórico Metodológica

Pautas para las entrevistas en profundidad

Lo que nos interesa indagar en esta instancia de entrevista, es la lógica de participación de los usuarios dentro de la aplicación seleccionada (Movi Joven), de modo que llegaremos a conocer a partir de este recorrido, a qué tipo de contenidos ellos adhieren, en qué formatos prefieren recibirlos y cuáles le son más útiles, adentrándonos al universo de los entrevistados para comprender estas prácticas desde su propio punto de vista.

Se considera que cuanto más se entienda esto, más repercutirá en generar conocimiento sobre el tema y mejorar el trabajo.

Encaminados en este sentido, interesa llegar a conocer algunos aspectos sobre la recepción de los mensajes, la forma en que acceden a los mismos y con qué periodicidad.

Las entrevistas en profundidad, abocadas a este campo, pueden brindar una especie de radiografía de los usuarios. Mientras más claras sean elaboradas las pautas para llevar adelante las mismas, más permitirá conocer los motivos por los cuáles interactúan o no con la aplicación, con qué regularidad la visitan y si les resulta útil o no, ya que como sostiene Susana Frutos, la entrevista es, ante todo, un diálogo. Diálogo que se desarrolla según algunos parámetros: cierto acuerdo o convención entre ambos participantes y cierta previsión por parte del investigador acerca de las condiciones que deben cumplirse para que la entrevista sea válida metodológicamente (Frutos, 1996: 7).

En relación con las implicaciones mencionadas, se establecerá de manera empática el contacto con los informantes, utilizando los códigos de conductas que estos establecen.

Conceptualmente, las preguntas pueden agruparse en cuatro ejes:

- . En el primero, se pretenderá por un lado, obtener información propia sobre los usuarios (edad y ubicación geográfica a la que pertenece) y por el otro, se indaga sobre el conocimiento que presenta de la misma.
- . En el segundo eje, se buscará rastrear la ritualidad de sus prácticas.
- . En el tercero, estará orientado a conocer el proceso de recepción.
- . En el cuarto eje, se tratará de indagar sobre intereses y necesidades que aporten a mejorar la estrategia de la aplicación.

Cuestionario guía

Datos

- . Nombre
- . ¿Qué edad tenés?
- . ¿Dónde vivís?
- . ¿Cómo te enteraste de la aplicación Movi Joven?
- . ¿Por qué decidiste bajarla?
- . ¿Hace cuánto la usas?
- . ¿Por qué la continúas utilizando actualmente?
- . ¿Conocés otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario?

Rutina de usos

- . ¿Dónde la abris?
- . ¿Por qué decidís abrirla en esos lugares?
- . ¿Con qué frecuencia la utilizás?
 - Una vez al día
 - Más de una vez al día
 - Una vez a la semana
 - Más de una vez a la semana
 - No muy seguido
- . ¿Qué cantidad de tiempo aproximadamente?
 - Entre 1 y 3 minutos
 - Entre 5 y 10 minutos
 - Más de 10 minutos

- . ¿Podrías describir la rutina de uso, especificando el orden de tus acciones?
- . ¿Qué funciones utilizas más? ¿Por qué?:
 - Sumar puntos
 - Agenda
 - Mis puntos
 - Beneficios
 - Espacios jóvenes
 - Me muevo por la ciudad
- . ¿Por qué crees que las utilizas más?

Puntos

- . ¿Con qué frecuencia sumas puntos?
 - Una vez al día
 - Más de una vez al día
 - Una vez a la semana
 - Más de una vez a la semana
 - No muy seguido
- . ¿Cómo crees que llegas a obtener tu mayor cantidad de puntos?
- . ¿A qué puntos Movi Joven asistís más?
- . ¿Por qué?
- . ¿Qué te motiva a canjear tus puntos por un beneficio?

Beneficios

- . ¿Por qué beneficios decidís canjear tus puntos?
- . ¿Cómo calificarías los beneficios que tiene Movi Joven?

Funcionamiento de la app

- . ¿Te resulta fácil entender el funcionamiento de la aplicación?
- . ¿Cómo calificarías el funcionamiento que tiene Movi Joven?
- . ¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?
- . ¿Por qué?

Relación entre los usuarios y la información que la aplicación brinda

- . ¿A través de qué medios recibís las noticias que Movi Joven tiene para vos?
- . ¿Te resulta útil enterarte de las novedades?
- . ¿Cuál es la información que más te interesa conocer?
- . Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas?
- . En las consultas que hayas realizado: ¿Cómo calificarías la información que te brindaron ante tu consulta?
- . ¿Sobre qué tema tratan tus consultas?

Redes Sociales

- . ¿Seguís la cuenta de Instagram de la aplicación?
- . ¿Interactúas con la cuenta de Instagram?
- . ¿Qué promedio de tiempo dedicarías a ver este tipo de información?
 - Entre 1 y 3 minutos
 - Entre 5 y 10
 - Más de 10
- . ¿Qué acciones realizás?
- . ¿Qué tipo de información recibís por este medio?
- . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?

- . ¿Conocés el canal de YouTube de la aplicación?

En el caso de que conteste positivamente:

- . ¿Estás suscripto al mismo?
- . ¿Qué promedio de tiempo dedicarías a ver este tipo de información?
 - o Entre 1 y 3 minutos
 - o Entre 5 y 10 minutos
 - o Más de 10 minutos

Propuesta de mejora

- . ¿En qué formato te gustaría recibir estas noticias?
 - o Texto
 - o Flyers
 - o Link
 - o Notificación
- . ¿Cuáles son los beneficios que más te interesan conocer?
- . ¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?
- . ¿Se la recomendarías a tus conocidos?

En caso de que conteste negativamente: ¿Por qué no?

En caso de que conteste positivamente: ¿Por qué si?

- . ¿Qué otros recursos que faciliten la circulación, uso o apropiación de la información le agregarías a la aplicación?
- . Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación ¿te resultaría útil?

Pautas de observación para la etnografía virtual

Cabe aclarar que lo que interesa llevar adelante a través de esta técnica es dejar asentado cuáles son las prácticas de los usuarios dentro del espacio que brinda la aplicación en sí misma, observando así sus comportamientos dentro las distintas pestañas disponibles.

Este es el momento en que se “vuelca sobre el papel los resultados reales del impacto de las acciones iniciadas, en valores tanto cuantitativos como cualitativos” (Von Peborgh, 2010, 121).

La medición cualitativa “busca desprenderse de las cifras y los resultados de las herramientas empleadas en la web, en tanto que éstos sólo ofrecen una lectura parcial” (Von Peborgh, 2010, 126). Implica un análisis más interpretativo de las acciones y conversaciones que se llevaron adelante durante la estrategia y permite realizar ciertas inferencias.

De los usuarios se quiere visualizar:

- . Cantidad de puntos obtenidos
- . Frecuencia de los puntos obtenidos
- . Eventos que brindaron esos puntos
- . Frecuencia de asistencia
- . Entidades que brindaron esos puntos
- . Frecuencia de asistencia
- . Canjes realizados
- . Frecuencia de los canjes realizados

Con esta guía se pretende arrojar conocimiento sobre las prácticas de los usuarios, teniendo en cuenta los objetivos confeccionados al comienzo de la investigación donde se planteaba describir y analizar cómo funciona la aplicación Movi Joven e indagar las prácticas de los usuarios en el uso de la aplicación.

Tal como plantean Taylor y Bogdan cuando caracterizan los métodos etnográficos, lo que aquí se procura es proporcionar una imagen fiel de lo que la gente dice y el modo en que actúa se deja que las palabras y las personas hablen por sí mismas; permitiendo extraer conclusiones y generalizaciones a partir de los datos mismos (Taylor y Bogdan, 1994)

CASO DE ESTUDIO



Caso de Estudio

Movi Joven una aplicación para los ciudadanos jóvenes

Movi Joven, es una aplicación para jóvenes de 13 a 30 años lanzada a mediados de Septiembre del 2017 por la Municipalidad de Rosario, junto a las Secretarías de Transporte y Movilidad, Desarrollo Social y Cultura y Educación.

La misma, buscaba acercar a los jóvenes las posibilidades de acceder a los distintos espacios y a la construcción de la ciudad, es por eso que cada una de las interfaces que presentaba la misma fue diseñada para aquel entonces, minuciosamente sin dejar detalles al azar.

Al abrirla, bajo un sistema de seis pestañas, encontramos sus controles de interacción:

Agenda

En este espacio se proporcionan todos los eventos y entidades de la ciudad, adonde los jóvenes pueden concurrir para a obtener determinada cantidad de puntos (ejemplo: Museo de la ciudad – 50 puntos). Presenta a partir de las modificaciones lanzadas en Noviembre del 2018, un video inicial, muestra los eventos más destacados del mes, y una vista tanto bajo el formato de listado, como de calendario.

Sumar puntos

Aquí los usuarios, al concurrir a los eventos de agenda, establecen conexión con el punto Movi Joven y cargan puntos, a partir de presionar el botón “registrarme al evento” y manteniendo su bluetooth activado o al escanear el código QR a partir de las modificaciones realizadas en Mayo del 2019.

Mis puntos

Es la solapa donde se les informa la cantidad de puntos que han alcanzado y el registro de cómo los fueron obteniendo.

Beneficios

En dicho espacio se encuentran todos los beneficios a los que los jóvenes pueden acceder luego de obtener determinada cantidad de puntos (entradas gratis, dos por uno, descuentos, sorteos). Entre estos encontramos un video con los beneficios más destacados del mes y nueve pestañas, desarrolladas recientemente en las modificaciones que se lanzaron en Noviembre del 2018:

1. Música: Recitales, como descuentos en bebidas o comidas para los mismos
2. Bicis: Abonos de bicis
3. Recreación: Balneario “La Florida”, Piletas del Parque Alem, maratones y distintas actividades desarrolladas en el río
4. Artes escénicas: Teatro, danza, circo, acrobacia
5. Cine: Cine
6. Librerías: Gift de librerías y coworking
7. Insumos: Insumos en tecnología, arte, música, picnics
8. Eventos: Expo, convenciones, festivales, ferias
9. Cursos: Charlas, seminarios, workshop y talleres

Espacios jóvenes

En dicha pestaña se encuentran bajo su nombre completo y dirección exacta, todos los espacios con los que interactúa Movi Joven para la obtención de sus beneficios. Presenta un formato de listado o mapa.

Me muevo por la Ciudad

A modo de información, muestra el resto de las aplicaciones que tiene la ciudad de Rosario a disposición de sus ciudadanos y con las cuales actualmente estaría interactuando Movi Joven. Entre ellas, nos encontramos con Movi (aplicación relacionada a los colectivos de la ciudad) y Mi Bici Tu Bici (aplicación relacionada al alquiler de bicicletas públicas). Actualmente se encuentra recientemente lanzada, Movi Taxi (aplicación que permite pedir un taxi desde cualquier punto de la ciudad).

A partir de las interfaces que se describieron recientemente, indagaremos los usos de la aplicación, para luego revisar los objetivos que tiene este proyecto y así elaborar una propuesta de comunicación que aporte al programa.

HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN



HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación propuso como objetivo general analizar las prácticas de los usuarios de Movi Joven, para luego con la información recolectada, generar una propuesta de comunicación que aporte al programa encabezado por la Municipalidad de Rosario.

Cabe aclarar que una aplicación es considerada en esta tesina como herramienta, es decir, una apuesta que requiere del diseño de una estrategia de comunicación efectiva para promover el vínculo entre la Municipalidad de Rosario y los jóvenes de 13 a 30 años a través de la comunicación directa con el ciudadano joven y de otras acciones posibles más ajustadas al tipo de consumos culturales que tienen lugar hoy en día.

Gracias a las respuestas y datos que brindaron los usuarios de la aplicación en las entrevistas en profundidad, se procurará aventurarse a sistematizar la información recolectada en el trabajo de campo.

Primera aproximación a las rutinas de los entrevistados

Al hablar de jóvenes la primera característica que aparece es la edad ya que es lo que los distingue del resto de la población. No obstante, el compartir un rango etario no hace a todas las personas iguales.

Las juventudes para esta tesina son entendidas como la heterogeneidad de personas, de diversas edades (comprendidas entre los 13 y 30 años) con diferentes intereses, hábitos, modos de consumir, de comunicarse, saberes, aptitudes, prácticas, producción de significación social y en pleno ejercicio de su ciudadanía.

Es preciso destacar que, los usuarios entrevistados comparten ciertas características entre ellos: son mayores de 18 años, poseen telefonía celular, tienen acceso a internet en sus

hogares, planes de telefonía móvil, educación secundaria (en curso o finalizada), educación universitaria (en curso o finalizada), trabajo part time o full time, convivencia con padres o tutores, como así también vivienda independiente.

Como primera meta, se propuso alcanzar información precisa de cómo los usuarios habían llegado a la aplicación Movi Joven o de qué manera ésta se había adentrado en sus vidas.

Por consiguiente, de los 25 jóvenes que participaron, se puede dejar asentado como una similitud concluyente, que los mismos conocieron la aplicación a través de las redes sociales (Instagram), compañeros de trabajo, amigos o eventos organizados por la Municipalidad de la Ciudad (trabajo en campo).

De forma similar, coinciden en gran parte con el tiempo que llevan haciendo uso de la aplicación, el cual ronda en un periodo que se extiende desde “menos de un año” hasta “hace más de un año”, teniéndose en cuenta que la misma fue lanzada a finales del 2017 y esta investigación tiene comienzo a principios del 2019.

Cabe señalar como relevante que en su totalidad son limitadas las razones por las cuales han decidido descargarla en sus teléfonos móviles. Entre ellas, hacen mención de los beneficios que disponen, los premios y sorteos de los que pueden ser partícipes, como también hay una tendencia muy marcada a lograr conseguir diferentes recursos de manera gratuita que puedan utilizar en distintas salidas con amigos o pares, mientras disfrutan de la variada agenda cultural que la ciudad les ofrece.

Continuidad temporal

Una característica muy importante a tener en cuenta por parte de las personas que llevaron adelante, tanto el proyecto como la confección de la aplicación Movi Joven desde sus inicios,

es saber si la misma resultaba “útil” ante los primeros objetivos que se habían pensado sobre la prueba piloto.

Con la intención de poder brindar respuestas ante este interrogante, fue necesario conversar con los jóvenes sobre la continuidad de la misma en sus teléfonos móviles.

Gran parte de los usuarios manifestaron que disponen actualmente de la aplicación haciendo referencia siempre a las ventajas como son por ejemplo los beneficios, sorteos, eventos, etc. Una de las usuarias (Elina) de 26 años perteneciente al Distrito Norte expresó: “Actualmente me dedico a sumar puntos con el fin de canjearlos por un beneficio que sea de gran interés para mí”.

Consecuentemente, dentro del mismo conjunto de jóvenes se remarcó en varios momentos que los beneficios disponibles eran pocos (dato que será analizado en los siguientes apartados).

Uno de los jóvenes (Martin, 23 años, Distrito Noroeste) evidenció haberla eliminado de su celular, ya que la misma “ocupaba muchísimo espacio para lo poco que tenía para darme en aquel momento y no la usaba, por lo tanto no tenía ni puntos, ni movimientos”.



Imagen de la app: Desavenencia

Un gran número de usuarios frente a los interrogantes “¿continúan utilizándola?” y “¿por qué?”, han revelado confundir la aplicación Movi Joven, con otra aplicación de la Municipalidad, llamada Movi, que consiste en el conglomerado de aplicaciones que giran en torno al sistema de movilidad urbana de la ciudad de Rosario y que otorgan al usuario la posibilidad de digitalizar su experiencia de realización de recorridos así como disponer de información que se actualiza periódicamente.

No obstante, cabe destacar que parte de los entrevistados remarcaron que conocían Movi Joven, como así también la aplicación relacionada al sistema de transporte público de la ciudad de Rosario (Movi), y contaban en su gran mayoría, con ambas en sus dispositivos, diferenciándolas perfectamente. Aunque hicieron hincapié en que tanto el diseño, como la colorimetría eran muy similares, es decir: “los logos que utilizan son muy prácticamente

iguales en cuanto a la forma, como también los colores que tienen cada una” (Clarisa, 25 años).

Ritualidad de las prácticas

De acuerdo con lo que plantea Roberto Igarza, es en las burbujas de ocio o burbujas de tiempo que los individuos consumen desde sus dispositivos tecnológicos los diferentes contenidos que la aplicación pueda brindarles, tanto los contenidos vinculados a beneficios sorteos como los de esparcimiento (agenda cultural).

Los jóvenes reconocen hacer uso de la aplicación en pequeños momentos de ocio de la vida cotidiana, ya sea en sus hogares como así también en micropausas que acontecen en el ámbito laboral en el cual la jornada se interrumpe por pequeños recreos.

A su vez sostienen que abren la aplicación en la vía pública (ya que disponen de Internet móvil) como por ejemplo en los puntos Movi Joven (espacios señalizados con carteles, donde se encuentran los bicons que a través de bluetooth otorgan puntos). Los mismos están ubicados en distintas zonas de la ciudad de Rosario, pero más concentrados en el centro de la misma.

Como resultado de esta redistribución y entremezclado de los tiempos productivos y ociosos de los usuarios, frente a que el consumo cultural se encuentra inundado de plataformas de intercambio y distribución de contenidos, los mismos declaran que ingresan a la aplicación entre 1 a 3 minutos o 5 a 10 minutos, en su mayoría una vez a la semana, haciendo consumo de ésta tal como sostiene Igarza (2009) en “pequeñas píldoras de fruición” como también a través de un “solapamiento de actividades”.

Gran parte de los individuos inician sus sesiones en dichos espacios referidos, para sumar puntos, obtener información sobre algún evento, canjear por algún beneficio de interés o

simplemente “porque están aburridos”. Un grupo reducido de usuarios confesó hacer uso de la misma únicamente en los lugares donde exclusivamente pudo cargar puntos ya que tenía previamente seleccionado un beneficio de interés por el que deseaba canjearlo.

Por el contrario, varios de los adolescentes mencionan que sólo logran consumir la misma en la medida en que la aplicación se lo permite, ya que su funcionamiento por momentos es deficiente, lo que conlleva a los jóvenes a invertir su tiempo de ocio en otras aplicaciones que sí pueden usar correctamente. Esto motiva también a realizar recurrentes consultas al correo o las redes sociales como medio de queja.

Sara de 26 años, perteneciente al Distrito oeste, señala: “en las últimas semanas logré usarla muy poco porque se tildaba, no me reconocía mi usuario. Intenté solucionarlo como me indicaron, borrando la app y volviéndola a descargar, cerrando la app y colocando de nuevo mis datos, pero de igual modo siguió ocurriendo, sacándome las ganas de seguir usándola y pensando por momentos en eliminarla de manera definitiva”.

Convalidando lo expuesto por Sara, Martin de 23 años referente del Distrito Noroeste, señala que “solo lograba abrirla si tenía wifi, ya que me consumía muchísimos datos, aunque igualmente con wifi y todo, se tildaba lo mismo”

Rutinas de uso

En el uso de las tecnologías digitales, no existen modos de hacer bien o mal las cosas, sino que cada uno recrea permanentemente sus propias maneras de hacer sin seguir instrucciones.

En este apartado se pueden presentar diferentes modos de hacer uso de la aplicación. Se encontraron varios jóvenes que sostienen que para llegar a obtener sus puntos, solo recurren a “cargarle plata a la tarjeta”, pero desconocían la cantidad que poseían, ya que no les era

habitual en su rutina recorrer la pestaña de “mis puntos” o “sumar puntos”. Además acuerdan en que únicamente conservaban la aplicación para poder seguir haciendo uso de la agenda.

Estos usuarios, la acción que realizan es cargar la tarjeta Movi (tarjeta de colectivo) perteneciente al sistema de movilidad de la ciudad de Rosario, que les brinda una cantidad de puntos determinada por el sistema, que va de 12 a 150, otorgándoles el canje por los beneficios que se encuentren disponibles.

CARGA	PUNTOS
\$50	12
\$100	25
\$200	50
\$1119,90	75
\$2114,11	150

Carga de \$100	25	19/11/19	100.00	Compra
		17:27:59		
Carga de \$50	12	11/11/19	50.00	Compra
		17:21:37		

Carga de \$2114.11	150	09/01/20 20:59:29	2114.11	Compra
Carga de \$1119.90	75	10/12/19 17:43:33	1119.90	Compra

Sara de 26 años, perteneciente al Distrito Oeste declaró: “entro a la app, veo la agenda, y concurro a varios de los eventos que se encuentran en ella, ya que verdaderamente algunos venían siendo muy interesantes, pero estando en el lugar nunca sumé puntos porque al cargar la tarjeta de colectivo con frecuencia por el trabajo o la facultad, no me es necesario”.

Por otro lado, se encontraron usuarios que realizan la acción de sumar puntos en eventos o entidades destacadas de la aplicación bajo la pestaña de “Espacios Jóvenes”. Cabe destacar que los más nombrados fueron el Galpón de las Juventudes, el Centro Cultural Fontanarrosa, el Centro de Expresiones Contemporáneas, La Isla de los Inventos, el Mercado del Patio.

Visita al centro de las juventudes	5	26/12/17 13:24:41	-	Asist.
DICIEMBRE Visitá el centro cultural Roberto Fontanarrosa	50	22/12/17 13:11:02	-	Asist.
Visita al centro de las juventudes	5	21/12/17 13:05:28	-	Asist.
Feria navideña "Nueva Oportunidad" en plaza Montenegro	50	20/12/17 09:16:27	-	Asist.
DICIEMBRE Visitá el centro cultural Roberto Fontanarrosa	50	20/12/17 09:16:21	-	Asist.
¡Visitá la ciudad de los niños!	10	16/12/17 09:38:54	-	Asist.
Apertura de feria navideña en plaza Pringles	50	14/12/17 19:59:38	-	Asist.

Los usuarios describen en sus rutinas que obtienen sus puntos por encontrarse cerca de las entidades, es decir, que no planificaron ese día concurrir a las instalaciones, sino que como mencionó en la entrevista, por ejemplo, María de 23 años, perteneciente al Distrito Oeste, “pasaba por el lugar (Mercado del patio) y sabía que había un Punto MJ que sumaba ahí, me quedaba cerca de donde tenía que ir a tomarme el colectivo y de paso me aseguraba los puntos por si en algún momento quería usarlos más tarde”.

A su vez María reconoció que dicha operación le tomaba normalmente entre uno a tres minutos pero “que depende mucho del día creo suponer yo, ya que había momentos, varios

en realidad, donde la app se tildaba y no reconocía el usuario y directamente no sumaba los puntos en esa entidad”.

Esta usuaria expone: “entro a la app sólo porque me encuentro en algún lugar, que sé que logro sumar puntos por haber estado antes, porque sinceramente muchas veces no están bien señalizados los espacios Movi Joven o los carteles de la señalética no están muy visibles, como ocurre en el Mercado del Patio o el Centro de Expresiones Contemporáneas”.

A su vez, varios usuarios participantes de los sondeos, también comentaron que adquieren sus puntos concurriendo a eventos deseados integran la agenda cultural sin haberlos seleccionado con anterioridad por el puntaje que estos brindaban.

A modo de ejemplo, Julieta, usuaria de 23 años y allegada del Distrito Sur, declaró haber accedido a la aplicación “por sus beneficios musicales y artísticos” y así también, “lograr obtener más información acerca de artistas locales”, siendo ésta una de las funcionalidades por la cual actualmente la conserva entre sus apps más recurrentes.

Julieta describió su rutina de uso siguiendo los movimientos mencionados: “entro a la app, selecciono agenda y chusmeo los eventos musicales de mi interés, pero es recién en el lugar que me acuerdo que puedo sumar puntos también, sino a veces me olvido” declaró y concluye: “Movi Joven para mí es más un recordatorio de todo lo hermoso que tiene la ciudad para ofrecernos, pero sinceramente no entro muy seguido y si lo hago puedo estar al menos entre tres a cinco minutos viendo a qué lugares puedo ir a disfrutar, especialmente gratis”.

206° Aniversario del primer enarbolamiento de la Bandera Nacional	50	27/02/18 19:21:37	-	Asist.
Noche de Cumbia Santafesina	50	25/02/18 20:33:02	-	Asist.
Picnic Nocturno en Parque Urquiza	50	22/02/18 19:08:03	-	Asist.

Se puede afirmar ante los sondeos realizados que la interfaz de usuario sigue cambiando de apariencia, en respuesta a cómo se utilizan los ordenadores en un momento dado, es decir que aunque los mismos estén pensados por los programadores de una determinada manera, van a ser los jóvenes a través del consumo, quienes estipulan los usos de éstas.

De esta manera, surgió ante la investigación otro determinado grupo de individuos que arriban a la mayoría de los eventos cargados en el calendario cultural, con el propósito de ir obteniendo puntos, para luego canjear por los beneficios que se encuentren disponibles.

Esta descripción se puede ilustrar con Verónica, una joven referente de Distrito Centro, de 26 años, la cual declaró que su principal deseo al descargar la aplicación era “obtener premios o beneficios gratuitos”.

La joven manifestó que en su rutina ingresa a la aplicación, observa la agenda preestablecida en las pestañas de la misma y concurre a gran parte de los eventos allí dispuestos: “entro a la app, miró bien los eventos que va a haber en estos días. Puedo estar alrededor de cinco minutos chusmeando, o en realidad todo depende de la cantidad de eventos que estén cargados, porque a fin de mes quedan algunos pocos, como que vienen medios desprolijos para la carga de datos”. Luego continúa: “selecciono únicamente los de mi agrado, y después solo me queda ir”. “En el lugar me encargo de encontrar los carteles que

me avisan que ahí puedo cargar puntos, vaya a canjearlos o no, pero los voy guardando por si en algún momento sale algo que verdaderamente me guste para usarlos”.

Los usos que los jóvenes hagan de la aplicación es parte de un descubrimiento progresivo y de la familiarización con los modos de operar la misma.

Una parte, a partir de la explicación que realizan los programadores de cómo fueron pensados los usos de la misma, y otra, más libre y espontánea, que parte como diría Gómez Mont de la imaginación del usuario.

Otra práctica relevada, si bien en la minoría, es la de quienes primero consultan los beneficios disponibles de la aplicación, y luego los lugares donde poder obtener los puntos para lograr así canjearlos con éxito. Tomás oriundo del Distrito Noroeste y Elina del Distrito Norte, son ejemplos de esto.

El joven de 21 años expresó que descargó la aplicación porque le “interesaba poder acceder a cosas gratis”. A partir de esto relató: “entro a la app, veo qué beneficio me interesa, después dónde sumar puntos. Si puede ser cerca de donde estoy mejor, para no perder tiempo y hacer si es posible varios lugares en el día y así poder canjear por lo que verdaderamente me interesa porque sinceramente se agotan muy rápido”.

El detalle de sus movimientos da cuenta como, en un mismo día (20 de abril), el usuario recorrió en el plazo de cinco horas (18 a 22 hs.) varios Puntos Movi Joven, activando sus datos para realizar la carga correspondiente de puntos que el establecimiento tenga programado brindarle.

Detalle de movimientos

DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION
Basketball U17				
Sorteo de entrada para el Campeonato Mundial de Basketball U17	50	02/07/18 11:45:03	-	Canje
Lucas Lauriente - Stand Up	60	29/06/18 21:54:10	-	Asist.
Estreno de La isla desierta	50	29/06/18 21:47:44	-	Asist.
DICIEMBRE Visitá el museo de la Memoria	50	28/06/18 18:18:50	-	Asist.
DICIEMBRE Visitá el CEC	60	27/06/18 20:03:31	-	Asist.
Visitá el centro cultural Roberto Fontanarrosa	50	27/06/18 19:29:00	-	Asist.
Música para Volar presenta Hello! Charly Unplugged	60	23/06/18 21:46:31	-	Asist.
Día Internacional del Yoga Rosario	50	22/06/18 20:00:00	-	Asist.
Acto central Día de la Bandera	100	20/06/18 10:00:00	-	Asist.

Detalle de movimientos

DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION
Estudiantes				
Compra abono diario de Bicis - Estudiantes	5	22/04/18 15:14:02	14.97	Compra
Marcela Morelo presenta los 20 de Morelo	60	20/04/18 22:18:02	-	Asist.
Charla con las artistas	50	20/04/18 19:00:15	-	Asist.
DICIEMBRE Visitá el CEC	60	20/04/18 18:22:07	-	Asist.
Visita al centro de las juventudes	20	20/04/18 18:16:52	-	Asist.
Carga de \$20	6	20/04/18 16:36:07	20.00	Compra
Carga de \$50	12	20/04/18 16:36:00	50.00	Compra
Canjeamos por naturaleza: Plaza Maíztegui (Moreno y Rioja)	50	20/04/18 16:16:17	-	Asist.
Acústicos de otoño	50	18/04/18 20:35:09	-	Asist.

De manera análoga, la usuaria de 26 años, por su parte relató: “decidí descargarla por los beneficios que podría llegar a obtener, ya sea por usar el transporte público o asistir a eventos culturales de la ciudad, que es algo que hago mucho”.

La misma sostiene que actualmente suma puntos con el fin de canjearlos por beneficios que ella considera de interés y expresa sobre su rutina de uso: “por lo general entro a la app y chequeo los puntos que tengo para ver si al encontrar beneficios que me gusten puedo obtenerlos en ese preciso momento, tengo que ir a agenda y ver qué evento o qué lugar (entidad) que se encuentre más cerca me otorga la cantidad que necesito”.

<u>Detalle de movimientos</u>				
DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION
públicas				
Carga de \$100	25	01/11/18 10:12:02	100.00	Compra
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	31/10/18 13:01:18	-	Asist.
Visita al centro de las juventudes	100	31/10/18 13:01:08	-	Asist.
Visita al centro de las juventudes	100	29/10/18 13:09:26	-	Asist.
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	29/10/18 10:21:55	-	Asist.
Visita al centro de las juventudes	100	23/10/18 11:15:50	-	Asist.
DICIEMBRE Visitá el CEC	60	23/10/18 11:13:10	-	Asist.
Visita al centro de las juventudes	100	22/10/18 09:18:09	-	Asist.
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	22/10/18 09:17:37	-	Asist.
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	18/10/18 13:18:09	-	Asist.

Un sitio que Elina (26) recomendó, ya que concurre frecuentemente y le brinda puntos es el Mercado del Patio, sitio estratégicamente ubicado cerca de las facultades pertenecientes al área salud y a la Terminal de Rosario.

Consecuentemente, y tal como lo plantea Scolari “nunca debemos dar por garantizado el uso de una tecnología. Un cuchillo puede convertirse en abrelatas y un avión en un misil. Si bien todas las tecnologías - al igual que un texto - nos llegan dotadas de un programa interpretativo, a la hora del consumo esa propuesta puede ser sobreinterpretada por los usuarios” (Scolari, 2008: 264).

Beneficios

Dentro de los sondeos realizados en esta investigación se puede entrever aquello que plantea Bourdieu que cada uno de los usuarios conlleva consigo habitus.

Bourdieu sostiene que el habitus de un individuo se compone de diferentes tipos y cantidades de capital (económico, cultural y social), que redefinió como “el conjunto de recursos y poder utilizables de hecho” que dispone una persona.

1. El capital económico se compone de los recursos monetarios y la propiedad.
2. El capital cultural de una persona es su capacidad para reconocer las referencias en libros, películas y obras de teatro
3. El capital social es la red de las personas con las que se mantiene relación (amigos y colegas) y que pueden aportar poder e influencia.

Bourdieu afirma que el habitus se evidencia con frecuencia en los “juicios de gusto”, emitidos sobre algo.

Ante el interrogante que indaga acerca de los motivos por los que desean canjear los puntos obtenidos, se encontró con una respuesta unánime la cual hace foco en “utilizar sus puntos para obtener beneficios gratuitos”.

Los jóvenes hacen diversos usos de los beneficios que se les ofrecen pero los más mencionados fueron:

- . Entradas gratis obtenidas por canje directo (ya sea de recitales o más precisamente del cine)
- . 2x1 en entradas gratis otorgadas por canje directo, lo que les permite dividir el precio de una de las entradas con los pares que asistan
- . Descuentos en cursos
- . Sorteos
- . Abono mensual o anual de bicicletas públicas.

Durante las entrevistas en profundidad realizadas, se presentan relaciones sujeto-objeto, que dan a lugar a dejar plasmada la idea de una relación transformativa entre el usuario del medio (jóvenes) y el mismo medio (aplicación), acentuando la capacidad de transformar su flujo y la forma de presentar sus contenidos, la cual se encuentra codificada dentro de los nuevos medios (Scolari, 2013).

Dicho esto, cabe señalar cuando se hace referencia al abono mensual o anual de bicicletas públicas, que varios de los jóvenes han expresado haberlo utilizado de manera novedosa, como abono diario en el pase de colectivo y no como fue ofrecido por el sistema para la movilidad sustentable, ya que el beneficio económico se acredita dentro de la tarjeta que ofrece la Municipalidad (Tarjeta Movi).

Gran parte de los usuarios dejan en claro que los beneficios que se encuentran, están repetidos y se agotan demasiado rápido. En palabras de una de las usuarios, Verónica de 26 años: “son pocos, casi siempre son los mismos y verdaderamente es desmotivante, porque no hay muchas cosas que llamen la atención verdaderamente y cuando los suben se terminan enseguida, porque capaz eran innovadores” sostuvo y agregó: “me ha pasado muchas veces de encontrarme con sorteos de algún beneficio sumamente interesante pero que estuvo la placa en Instagram solo media hora y capaz uno al estar trabajando no pudo participar en ninguna de las plataformas (Redes o App) y se queda con la duda de si hubiera podido acceder”.

Interactividad

Retomando los conceptos de Scolari “multimedialidad” e “interactividades”, es importante destacar que al momento de los interrogantes correspondientes al funcionamiento de la aplicación, de manera unánime los jóvenes comentaron que la misma les había sido fácil de aprender a utilizar y se encontraron ante un producto cultural, diseñado por la Municipalidad de Rosario, el cual daba lugar a un paquete textual que abarcaba diversidad de lenguajes (multimedialidad).

Al indagar a qué hacían referencia con el término “fácil”, los jóvenes tanto en sus entrevistas, como en sus sondeos, describieron a la perfección sus rutinas asentándose sobre la pantalla principal, es decir el menú, lo que Scolari describe como interactividad basada una estructura arbórea.

Esta disposición que se presenta ante los usuarios, hace que los mismos, puedan hacer uso de los diferentes motivos que se le presentan de manera ágil y casi mecánica, ya que se les permite controlar el dispositivo empleando la información que se encuentra en la pantalla.

No obstante, es de suma importancia hacer mención también a las limitaciones que los jóvenes comentaron. Los mismos describieron nuevamente de manera coincidente que, a pesar de que el funcionamiento era simple y fácil de ser comprendido, se encontraban con varias limitaciones, como por ejemplo: se tilda, no es rápida, dependen mucho de los datos y el lugar en el que se encuentran, no pueden cargar puntos por mal funcionamiento, no reconoce el usuario y por este motivo deben eliminarla y descargarla nuevamente.

Se subraya de manera ilustrativa un comentario realizado por una de las usuarias (Ana Paula, 28 años, Distrito Centro): “es fácil de usar, pero siento que desde que la lanzaron en su momento, no han hecho ninguna transformación y la misma se ha ido quedando en el tiempo”.

Asesoramiento

Ante cualquier duda o descontento los jóvenes reconocen tres formas de hacer llegar los mismos: mandar un mail (movijoven@emr.gob.ar), escribir un mensaje privado por Instagram (@movijoven), o comunicarse llamando al 147 (línea gratuita de atención al ciudadano perteneciente a la Municipalidad, para hacer reclamos sobre distintas temáticas vinculadas al espacio público, como ya sea movilidad: transporte urbano de pasajeros, taxis, remises, estacionamiento medido, tránsito y semáforos y alumbrado).

Entre las consultas más frecuentes, los adolescentes hicieron mención de varias, que a través de esta investigación se pueden considerar por parte de los mismos de forma constante, es decir que hay un problema a solucionar por parte de Movi Joven, ante una comunicación que no está siendo eficiente con sus usuarios:

- . “No me funciona la app, ¿qué hago?”
- . “¿Se puede transferir un beneficio?”

- . “¿Puedo usar dos beneficios juntos?”
- . “¿Cuál es el horario de este evento?, porque no aparece en información”
- . “No me cargan los puntos”
- . “No me reconoce el usuario”
- . “Me dice que el Punto Movi Joven no puede otorgarme los puntos”
- . “El bluetooth de la app no me reconoce el evento para sumar puntos”
- . “No me cargó puntos este evento, ¿me los van a cargar ustedes?”
- . “Hice un canje que nunca me acreditaron, ¿me van a devolver los puntos?”

En general las respuestas obtenidas en este aspecto son de irritación y disgusto, ya que los usuarios dejaron entrever no haber obtenido en la mayoría de los casos respuestas favorables o soluciones a sus consultas.

Virginia de 21 años, allegada del Distrito Noroeste, hizo mención entre varias de las quejas realizadas por los diferentes medios mencionados: “me las tuve que rebuscar sola, ya que no supieron darme respuestas útiles o eficientes a lo que estaba consultando”. Junto con esto la joven prosiguió con el descargo y agregó: “Varias veces llegue a perder beneficios por no haber contestado en un plazo de diez minutos entre el mensaje que ellos me enviaban informando que había salido ganadora de un sorteo y mi respuesta con los datos que me pedían para otorgarlo, la verdad que una vergüenza porque no deberían ser tan estrictos, yo había cumplido con lo que pedían, el sorteador me había seleccionado y el beneficio era mío, no tenían por qué volver a sortear”.

De igual modo se encontraron casos como los de Tomás (21 años, Distrito Noroeste), el cual también hizo su descargo de manera desfavorable ante las situaciones ocurridas: “Varias veces fallaron desde su lado, porque nunca me llegó el email donde me avisaban que obtenía

un determinado beneficio, y cuando iban a ver qué había ocurrido, alguna de las letras del mail estaba mal y tampoco me respondieron más”.

Convivencia en el ecosistema digital

Entre varios de los jóvenes participantes, se hizo hincapié en lo que una de las entrevistadas (María, 23 años) realizó en su discurso: “los beneficios que verdaderamente resultan interesantes para la gran mayoría de los jóvenes, como por ejemplo recitales masivos y de un precio económicamente elevado, ya no se encuentran dentro de la aplicación como sorteos o entradas 2x1, a los que se podía acceder por canje de puntos” sino que los mismos se han exteriorizado en el Instagram Oficial de Movi Joven, donde “las reglas cambian y pasan a ser otras: comentar, etiquetar amigos, compartir en las historias, etc.” (María, 23 años).

Así mismo, haciendo alusión a los términos citados de Scolari, Ana Paula (28 años) sostuvo: “la app al estar dirigida a jóvenes, creo que en pleno siglo XXI, deja a muchos de ellos excluidos de su uso” y agrega: “desde mi opinión, se han centralizado tanto en las redes sociales, que estaría bueno que retomen el punto en cuestión, que ha sido desde donde partieron”. Esta usuaria además planteó: “estaría bueno que agreguen en la misma app una sección de comentarios o quejas, es decir ¿por qué tengo que estar mandando un mail o llamando a la línea del 147 para decirles que no me cargan los puntos?”.

Prosiguiendo con el tema, los usuarios de Movi Joven expresaron que reciben avisos a través de medios como es el mail oficial (movijoven@emr.gob.ar), el cual les acerca novedades como “nuevos beneficios” o “sorteos disponibles”, como así también a grandes rasgos parte de la agenda cultural disponible para poder disfrutar o en su defecto como varios de los jóvenes indicaron, obtener los puntos correspondientes para luego hacer uso de ellos.

Movi Joven, además de ser una aplicación móvil, cuenta, como ya se ha hecho mención por parte de los usuarios, con dos redes sociales disponibles para ellos, en las plataformas: Instagram (@movijoven) y YouTube (<https://bit.ly/33km7rv>).

En cuanto a la página de Instagram, los usuarios en su mayoría comentaron tener conocimiento sobre la misma, y seguirla desde sus cuentas personales. Es allí donde se produce actualmente, según los criterios de los jóvenes que participaron de las entrevistas en profundidad, la mayor cantidad de circulación de información, sobre “nuevos beneficios”, “sorteos disponibles” y eventos.

Para lograr acceder a los diferentes servicios disponibles, los jóvenes expresaron con disgusto que los términos no son los mismos que se utilizaban en la aplicación, sino que deben adaptarse a las condiciones propuestas en esta red social, es decir, ya no canjean sus puntos obtenidos en eventos o como han comentado cargando la tarjeta de colectivo, sino que estos comienzan a quedar en desuso, y deben participar a través de una rutina preestablecida:

- . Seguir la página
- . Poner me gusta
- . Comentar por qué desearían acceder al beneficio
- . Responder ante alguna consulta pactada en los flyers
- . Etiquetar una determinada cantidad de amigos
- . Dejar sus datos más pertinentes
- . Compartir en sus historias

movijoven ¿Tenés ganas de ir al cine este finde? 🎬
🍷 ¡Entonces este beneficio #MoviJoven es para vos!
🌟👥 ¡Aprovechamos que hoy se renueva la cartelera del @nuevomomumental y SORTEAMOS ENTRADAS GRATIS! 🎉

Para participar 📌

- ⚡ Seguí la cuenta @movijoven 🙌
- ⚡ Mencioná a tres amig@s 🗣️
- ⚡ Dale like a esta publicación ❤️
- ⚡ Contanos en los comentarios: ¿QUE PELICULA TE GUSTARIA VER Y PORQUE? 🤔 ¡Las respuestas más originales tienen DOBLE CHANCE de ganar! 🏆

movijoven 🎉 ¡ Ganá ENTRADAS GRATIS para LA FARSA DE PATELIN en @teatrodelrayo! 🎉

¡ Con #MoviJoven podés presenciar ésta increíble función! ⚡🎭👏

¿Es posible pensar a la sociedad argentina actual como un fiel reflejo de aquella europea de finales del 1400? 😊 Una de las tantas respuestas a la incógnita puede ser encontrada en 'La Farsa de Pathelin' 🤔💕

Para poder participar del súper SORTEO que se realizará el viernes 05/02 📌

- 1) Seguí a @movijoven ❤️
- 2) Dale like a la publicación ⚡
- 3) Menciona a 3 amig@s 😊
- 4) Doble chance si nos comentas ¿PORQUE TENES GANAS DE VER LA OBRA? 🌟

Si no resultas ganador@ de éste sorteo tenés más chances en la app 📱 Descargala desde tu PlayStore y disfrutá de éste y muchos otros beneficios 🙌

#sorteo #rosario #rosarioeventos #obra #teatro
#local #show #espectaculo #culturapublica
#MoviJoven

movijoven ⚡🤩 ¡ Éste sábado @berlinpubdearte estalla en risas ! 🤩⚡ ¿El motivo? ¡Llegan a Rosario @srtabimbo y @noeliacustodio con su MEGA SHOW! 🌟

¡ Y con #MoviJoven podés estar ahí ! 🌟🤩

Más encendidas que nunca y con chistes a estrenar, éstas dos standuperas prometen un espectáculo INCREÍBLE y lleno de humor 🤩👊

Para participar del SORTEO que se hará el día viernes 24/01 🌟

- 1) Dale like a la publicacion ❤️
- 2) Segui a @movijoven 🤩
- 3) Arroba a 3 amig@s 🌟
- 4) Doble chance si nos comentas abajo ¿QUE ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE ESTAS SÚPER ARTISTAS?

~~700~~

Si no resultas ganador@ del sorteo tenés más posibilidades en la app ❤️ Descargala desde tu PlayStore y disfrutá de todos nuestros beneficios 🤩

#rosario #cultura #MoviJoven #chistes #humor #comedia #show #espectaculo #standup

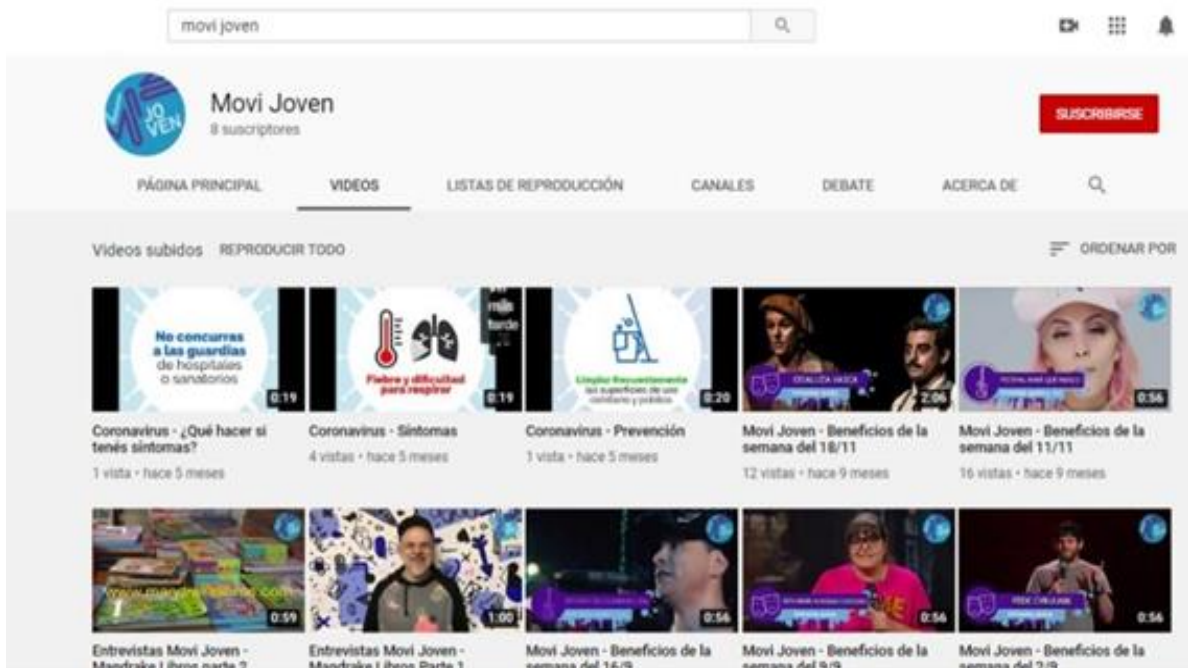
Es importante destacar que la mayoría hizo énfasis en que los contenidos propuestos en las cuentas de redes sociales son:

- . “Siempre los mismos”
- . “Todos iguales”
- . “No tienen contenidos nuevos”
- . “No hay contenido dinámicos o de otro tipo de interacción”
- . “Sumamente confusos”
- . “Imágenes de mala calidad”
- . “Se nota las capturas de pantalla de sus propios flyers, más que nada en los del cine”
- . “Poca variedad de imágenes”

Una de las usuarias (Clarisa de 25 años, perteneciente al Distrito Centro), fue sumamente clara ante estos planteos: “La aplicación ya no es lo mismo que al principio, porque lo que suben en Instagram (además de ser de muy mala calidad visual y lo digo por conocimiento de causa, porque se ve a simple vista que las imágenes están muy pixeladas y dejan mucho que desear desde la Municipalidad), no tiene concordancia con lo que está ocurriendo en la aplicación”, declaró y continuó: “Creo como muchos, que la aplicación paso a un segundo plano, ya no es necesario ser usuario para obtener beneficios y los puede tener cualquiera que participe” sostuvo y finalizó: “Al final estoy ocupando espacio del teléfono con la aplicación descargada empiezo a creer”.

Emanuel (29 años - allegado del Distrito Centro), concordó con las palabras de Clarisa (25 años) y además agregó que le “parece una falta de respeto que suban siempre lo mismo, pero no se den un momento para responder los mensajes de las consultas, nos ignoran ante las dudas, pero si no fuera por nosotros que estamos atrás de ellos usándola, no tendrían nada que ofrecer”

Al igual que la plataforma de Instagram, YouTube también tiene su canal habilitado bajo el nombre de Movi Joven. Hasta la fecha cuenta solamente con ocho subscriptores y más de veinte (20) videos disponibles.



La mayoría de los usuarios dijeron desconocer la existencia de dicho canal, por lo que no se encuentran suscritos, mientras que usuarios como Clarisa (de 25 años, perteneciente al Distrito Centro), Elina (de 26 años del Distrito Norte) y Tomás (de 21 años, allegado del Distrito Noroeste), dijeron conocerlo, pero solo la joven de 25 años expresó que sigue la cuenta, aunque no recuerda los motivos que la llevaron a hacerlo.

Algunas observaciones para un Design Thinking

Hoy en día se habla de usuarios como el motor de la distribución de los contenidos que circulan en cada una de las plataformas que se encuentran a su disposición. Señala Mancini, la audiencia es la que propaga el contenido hacia dónde debe ir y al mismo tiempo, recibe el contenido que le interesa.

Los usuarios de Movi Joven en su gran mayoría han seleccionado como una de las opciones a tener en cuenta para poder acercarse a la información que la aplicación misma cuenta con un sistema de notificaciones.

Dicha estrategia es considerada como una variable crucial en la producción, en la distribución y en el consumo de información dando lugar a tener en cuenta puntos como la percepción de la calidad y el consumo del servicio que se ofrece, como así también los productos disponibles (beneficios o sorteos).

Los adolescentes plantearon como una necesidad que la aplicación cuente con ciertas actualizaciones en la plataforma, ya que “ha quedado bastante desactualizada”:

- . Mapa de la ciudad
- . Imágenes reales de los lugares
- . Direcciones exactas de los establecimientos
- . Horarios de los establecimientos
- . Teléfonos de las entidades
- . Horarios de los eventos
- . Imágenes reales de los beneficios

Otra necesidad muy recurrente fue que el sistema operativo para el que se encuentra disponible la aplicación Movi Joven solo es para Android, es decir que la misma no puede ser utilizada aun en telefonía celular como iPhone, aunque todo el dossier de la propuesta presentada en el 2017 por la Municipalidad de Rosario frente a su lanzamiento fue pensado en base a imágenes de celulares iPhone.

Al mismo tiempo los jóvenes que como se mencionó en párrafos anteriores “confunden” la aplicación Movi Joven con Movi (aplicación perteneciente al sistema de movilidad de la ciudad de Rosario) manifestaron que desearían que la misma contenga un logo que la distinga y colores no tan similares entre sí.

Movi (logo y color)



Movi Joven (logo, color y sistema operativo señalado)



Rejillas de codificación de datos de análisis

Sara 26 Años Distrito Oeste	Usuario Desapegado O Indiferente	Activo Inicial Pasivo	Cargaron la tarjeta Movi (tarjeta de colectivo) perteneciente al sistema de movilidad de la ciudad de Rosario.
María 23 Años Distrito Oeste	Cazador Geográfico	Activo Medio Participativo	Jóvenes que realizaron la acción de sumar puntos en eventos o entidades destacadas en la aplicación, por encontrarse cerca de los mismos.
Julieta 23 Años Distrito Sur			
Verónica 26 Años Distrito Centro	Cazador De Cultura	Activo Avanzado Cooperativo	Arribaron a todos o a la mayoría de los eventos de agenda sumando puntos, para luego canjearlos o no, por los beneficios que se encuentran disponibles.
Tomás 21 Años Distrito Noroeste	Cazador De Puntos	Activo Experto Colaborativo	Consultaron los beneficios disponibles de la aplicación, y luego los lugares donde poder obtener los puntos para lograr canjearlos con éxito.
Elina 26 Años Distrito Norte			
Martín 23 Años Distrito Noroeste	No Activo	-	Descargaron la aplicación y la borraron.

PROPUESTA COMUNICACIONAL



PROPUESTA COMUNICACIONAL

Para desarrollar la propuesta de comunicación se utilizaron los pasos de Design Thinking o pensamiento de diseño.



Etapa Uno: Empatizar (Investigación) – Hallazgos

Se reseñaron aquí algunos aspectos relevantes que se encuentran desarrollados en los hallazgos de la investigación.

Movi Joven fue pensada a mediados de Septiembre del 2017 por la Municipalidad de Rosario, junto a las Secretarías de Transporte y Movilidad, Desarrollo Social y Cultura y Educación, como una aplicación móvil para que jóvenes entre 13 y 30 años puedan aprovechar las distintas instalaciones, espacios de la ciudad, para edificar la misma en sus dimensiones sociales y culturales.

Se buscaba que los usuarios pudieran obtener beneficios, disfrutar de experiencias nuevas y acceder prioritariamente a espectáculos y eventos mientras estos se movían por la ciudad. Es por eso que cada una de las interfases fueron diseñadas para aquel entonces, minuciosamente sin dejar detalles al azar.

Como parte de su primer objetivo, luego de su lanzamiento, la misma propuso llevar a cabo una alianza entre distintos actores públicos y privados para que los jóvenes de la ciudad participaran de los distintos espectáculos que la ciudad les brindaba, favoreciendo la inclusión.

Al indagar entre las necesidades de los consumidores, se logró arribar a que la misma aplicación móvil, ya no se centra en si misma como aplicación, sino que sus usuarios expresaron que reciben similares avisos, por diferentes canales:

- . El mail oficial (movijoven@emr.gob.ar)
- . La página oficial de Instagram (@movijoven)
- . El canal Oficial de Youtube

(<https://www.youtube.com/channel/UCIivUNP4ofCpLbGHct7nAIg>)

Estos les presentaban información sobre:

- . Beneficios (que se hayan cargado con el correr de los días)
- . Sorteos (disponibles para participar)
- . Agenda cultural (a grandes rasgos parte de la misma para poder disfrutar o en su defecto como varios de los jóvenes indicaron, obtener los puntos correspondientes para luego hacer uso de ellos).

A los anteriormente mencionados, se suma un cuarto canal muy requerido por los ciudadanos que es la línea 147, que funciona en el Centro de Monitoreo de la Movilidad (CMM), ubicado en Av. Francia 1820. La misma es una rama del proyecto “CIOR: Centro Integrado de Operaciones Rosario”, destinado a mejorar la respuesta del Estado sobre las problemáticas del espacio público. Por esta razón, no debería ser utilizada por los jóvenes

para informar sobre “la correcta o incorrecta carga de puntos”, ya que está a disposición para situaciones que contemplan otras inquietudes.

Etapa dos: Definición – Construcción del problema y lógica de actores

El problema comunicacional que se pudo identificar es la dificultad al construir una lógica de comunicación interna que estableciera lineamientos operativos y de organización de los sectores que intervienen en la gestión de Movi Joven y en la relación con el usuario. Así pues se observó:

- . Aplicación desordenada y de interactividad confusa
- . Pantalla con muchos botones
- . Aplicación con variedad de interfaces y diseños de las mismas
- . Aplicación con ausencia de protocolos de gestión de contenidos
- . Aplicación con multiplicidad de canales para la comunicación con los usuarios
- . Falta de comunicación directa entre los sectores responsables de que los puntos anteriores funcionen correctamente (mantenimiento de la app – gestión de contenidos – trato con los usuarios)
- . Falta de procedimientos de gestión de crisis que impiden adelantarse a lo que puede llegar a venir en términos coyunturales. Se corre atrás de una crisis permanente (“sorteo flash”), por lo que se estableció una agenda de trabajo basada en lo inmediato.

Lógica de Actores

De acuerdo a lo expuesto a lo largo de la investigación hemos podido analizar las prácticas entre los usuarios y la aplicación Movi Joven, lo que ha permitido abordar los

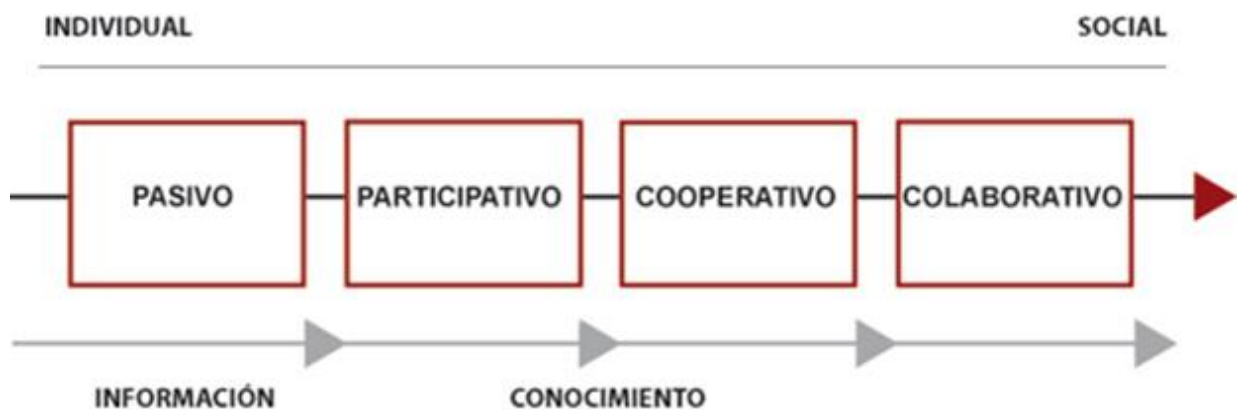
comportamientos de estos y advertir sus necesidades. Por consiguiente se ha logrado arribar a la construcción de perfiles de usuarios, que podrán orientar el fortalecimiento de la relación con los usuarios.

De acuerdo con lo que el autor Sergio Ortega Santamaría (2007), plantea en su informe titulado “Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0”, se han utilizado sus dos esquemas de cimiento, para la edificación de los perfiles de usuarios:

Primer esquema



Segundo esquema



Al poner en relación la indagación con los esquemas anteriores, se podrían establecer diferentes modos de interacción en los usuarios, obteniendo así los siguientes perfiles:



- Activos: se descargó la aplicación y la usa

× Usuario Desapegado (inicial-pasivo):

Estos jóvenes únicamente cargaron la tarjeta Movi (tarjeta de colectivo) perteneciente al sistema de movilidad de la ciudad de Rosario, lo cual les permitió acceder a una determinada cantidad de puntos ya estipulada por el sistema, bajo la operación de “compra”, que les brindó la posibilidad de canjearlos por los beneficios que se encuentren disponibles.

Sara de 26 años, perteneciente al Distrito Oeste, cargó sus puntos utilizando dicho sistema.

× Cazador Geográfico (medio-participativo):

En este caso, los usuarios sumaron puntos (los canjeen o no después) en entidades que se encuentren dentro de su rango de cercanía, ya que los mismos no tenían planificado asistir, sino que “pasaban por el lugar”.

María de 23 años, perteneciente al Distrito Oeste obtuvo sus puntos en entidades como el Mercado del Patio porque le queda cerca de lugares donde concurre frecuentemente.

× Cazador De Cultura (avanzado-cooperativo):

Los jóvenes encontrados en esta etapa, son los mismos que arriban a todos los eventos de agenda (o en su mayoría), sumando puntos para luego canjear o no, por los beneficios que se encuentran disponibles.

Julieta, usuaria de 23 años y allegada del Distrito Sur, recolectó sus puntos a partir de asistir a eventos que encontró en la agenda de la aplicación.

× Cazador De Puntos (experto-colaborativo):

En este perfil se detectó con un usuario que observa detenidamente los beneficios disponibles de la aplicación, y luego los lugares donde poder obtener los puntos para lograr canjearlos con éxito.

Tomás oriundo del Distrito Noroeste y Elina del Distrito Norte, son dos jóvenes que pactaron un recorrido por la ciudad para obtener sus puntos y luego canjearlos, como también estuvieron en alerta de qué puntos Movi Joven tenían cerca para poder pasar a recolectar sus puntos. En líneas generales se encontró el nivel más alto que un usuario de la aplicación Movi Joven puede alcanzar.

- No activo: se descargó la aplicación y la borró.

Por consiguiente, del mismo modo en el que se nombró a los usuarios de Movi Joven consumidores, también estos se hacen reconocidos como productores, generando como se pudo observar en el análisis, diferentes procesos de innovación, ante los usos aplicación en sí misma.

Etapa Tres: Ideación – Objetivos comunicacionales

Objetivos Comunicacionales

General

- Fortalecer la gestión de la aplicación Movi Joven y la relación con sus usuarios.

Específicos

- . Articular los múltiples canales de comunicación que se presentan en relación a Movi Joven con la aplicación.
- . Afianzar la comunicación interna existente entre las distintas áreas que trabajan sobre la aplicación (comunicadores, programadores, diseñadores e intendencia)
- . Dinamizar la comunicación externa para reforzar lazos con los jóvenes.

Etapa Cuatro: Prototipado – Acciones comunicacionales

Acciones comunicacionales

- *Reorganización del ecosistema digital de Movi Joven*

Se entiende que la vinculación y organización de los diferentes canales de comunicación que la aplicación presente es una tarea de primer orden.

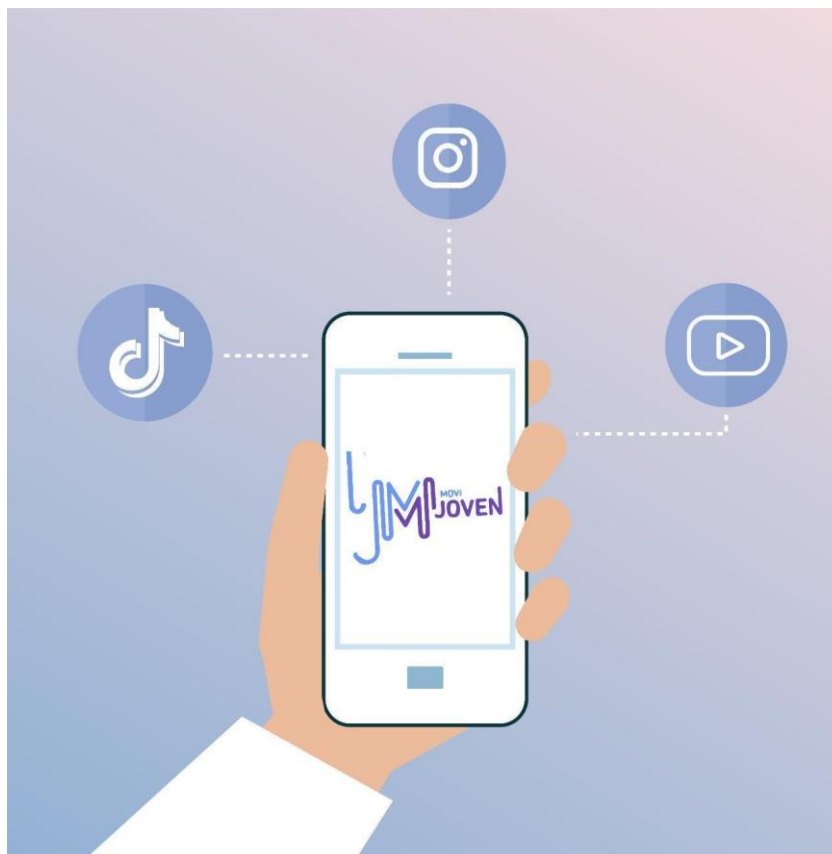
Para lograr alcanzar esta meta es que se planteó el regreso a los inicios, es decir, colocar a la aplicación como centro de la propuesta comunicacional y que luego de ella, se desprendan los demás canales.

Se reorganizó y optimizó los canales en función de las prácticas de los usuarios, pero considerando que estos no pueden desligarse o cerrarse, ya que cada uno de ellos contiene una comunidad ya configurada, a la que ya se le ha dedicado una determinada gestión de contenidos.

Se desplazará el mail oficial (movijoven@emr.gob.ar) y la línea 147, a lo que ésta ya no tomará los reclamos que efectúen los usuarios en relación a Movi Joven.

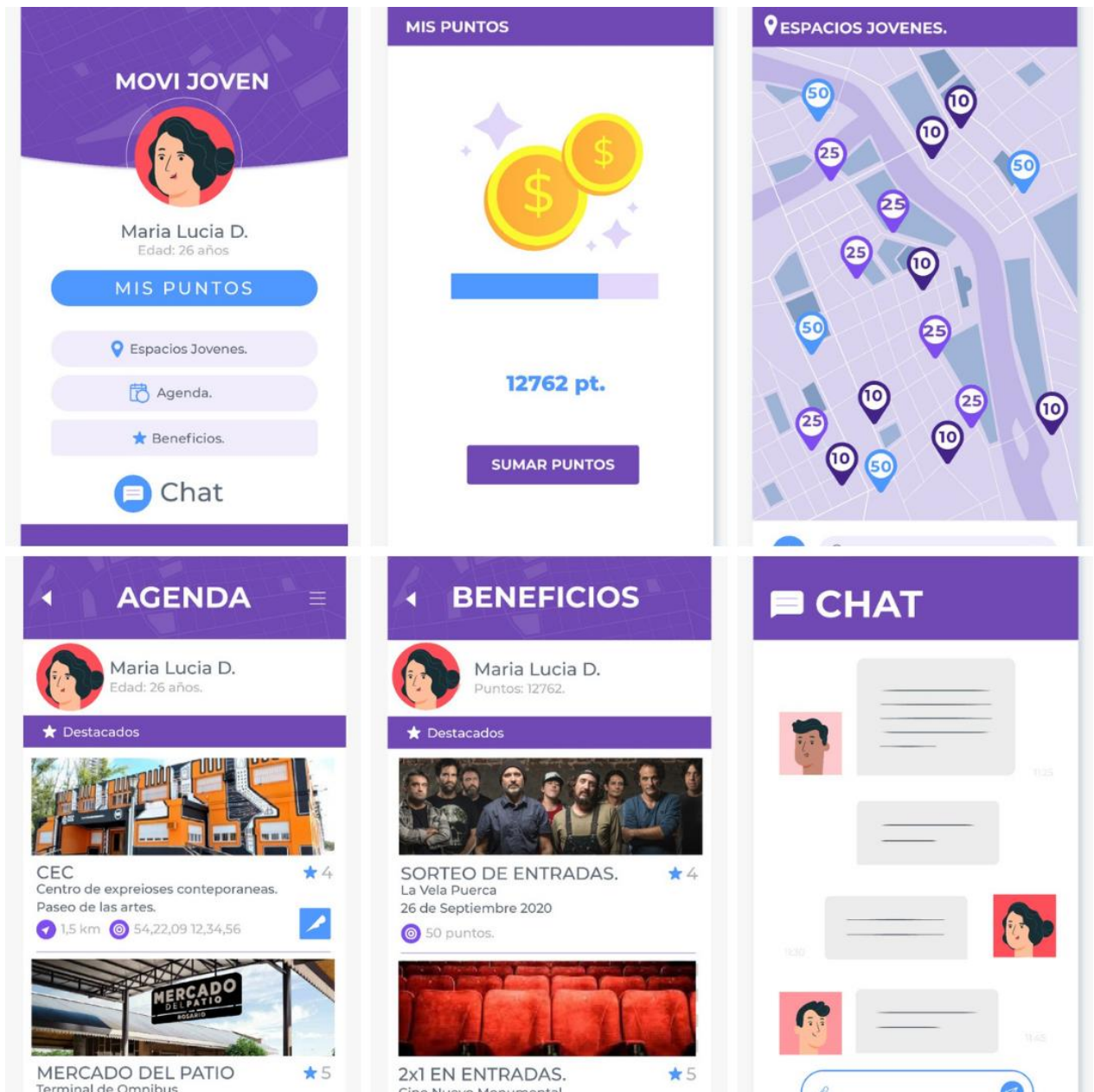
Para lograr llevar adelante una reorganización con sustentos estratégicos a nivel comunicacional, es necesario plantearse un interrogante clave ante cada uno de los canales disponibles (Instagram y YouTube): ¿Cuál es la función de la red? y ¿Cuál es la comunicación con esta comunidad?

Se tratará de una aplicación, que se basará en el redireccionamiento constante entre Instagram, el canal de YouTube y actualmente, ante el auge que obtuvo como red social, se sugiere incorporar Tik Tok



La optimización de los canales, dará lugar a un feed back constante entre los mismos, teniendo como punto de encuentro, la aplicación.

Movi Joven se propondrá contar con los botones que únicamente sean necesarios, donde cada uno de los mismos responda a las preguntas de ¿Qué necesita el usuario? y ¿Qué busca el usuario? al utilizar cada uno de ellos:

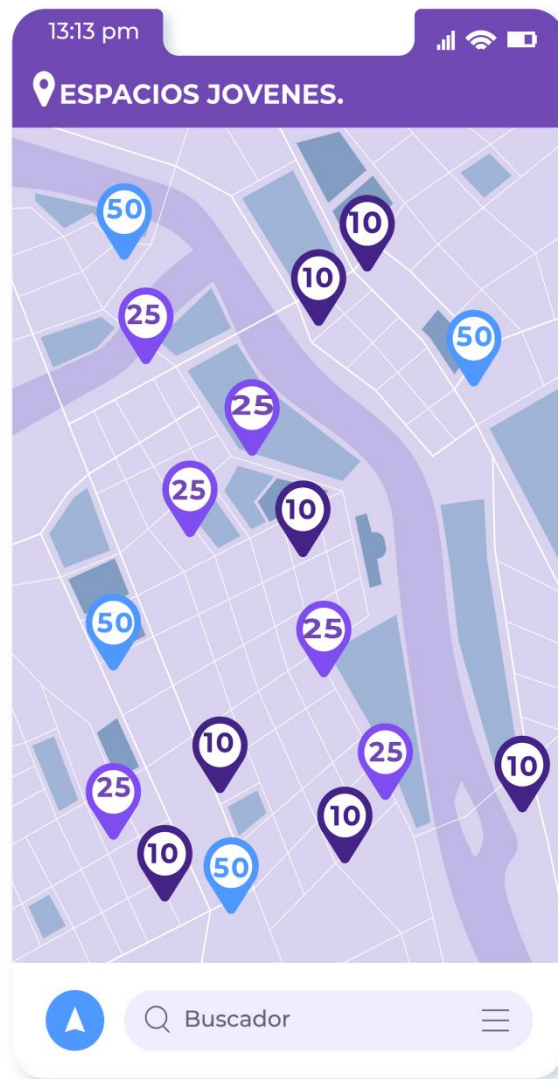


x Perfil: nombre, apellido, número de contacto, DNI, número de tarjeta de colectivo o pase y edad. Estarán visibles únicamente el nombre completo y su edad. Pero al ingresar como usuarios, deberán completar el resto de los campos mencionados (número de contacto, DNI, número de tarjeta de colectivo o pase).



Es de suma importancia considerar que dicho primer paso esté conectado con el canal de YouTube, donde a los jóvenes se les muestre cómo deben utilizar la app, cargar puntos, entre otras funciones disponibles.

x Espacios Jóvenes: se mostrarán los distintos espacios donde los usuarios pueden cargar puntos junto con sus direcciones y horarios, pero además se les indicará la cercanía de los mismos para que logren hacer más fácil su rutina de carga (incentivaríamos a los cazadores de puntos a armar más ágilmente su recorrido).



Parece necesario en este espacio realizar una vinculación con la red social como Tik Tok, donde cada espacio joven tenga su video adjuntado.

Tik Tok es una plataforma social donde se pueden compartir vídeos con los seguidores de tu perfil, como así también con el público en general.

Los usuarios de Tik Tok, a diferencia de otras redes sociales, no quieren ver el día a día de las personas como en Instagram, ni quieren ver vídeos de varios minutos de extensión como es el caso de YouTube. Estos usuarios, cada vez más introducidos en la era de la información

y la velocidad con la que esta se manifiesta en las redes, quieren ver vídeos cortos y originales, es decir píldoras de creatividad y diversión.

Es por esta razón que dicha sección de la restructuración de la app, tendrá un vínculo directo con Tik Tok, donde de manera original, y con el apoyo de un narrador o una narradora, pertenecientes al rango etario de la app (13 a 30 años), se irán mostrando los distintos sectores de la ciudad de Rosario donde los jóvenes pueden sumar puntos.

A su vez Tik Tok lleva adelante su propia comunidad de seguidores, la cual se mantiene activa a través de los llamados “challenges” o retos. La propuesta ante Movi Joven, es que esta red social, mantenga a su comunidad de usuarios activa constantemente, a través de estos retos/juegos, como por ejemplo, diferentes bailes en los Espacios Jóvenes seleccionados, a lo que consecuentemente se le brinde una determinada cantidad de puntos a acordar por la consigna realizada.

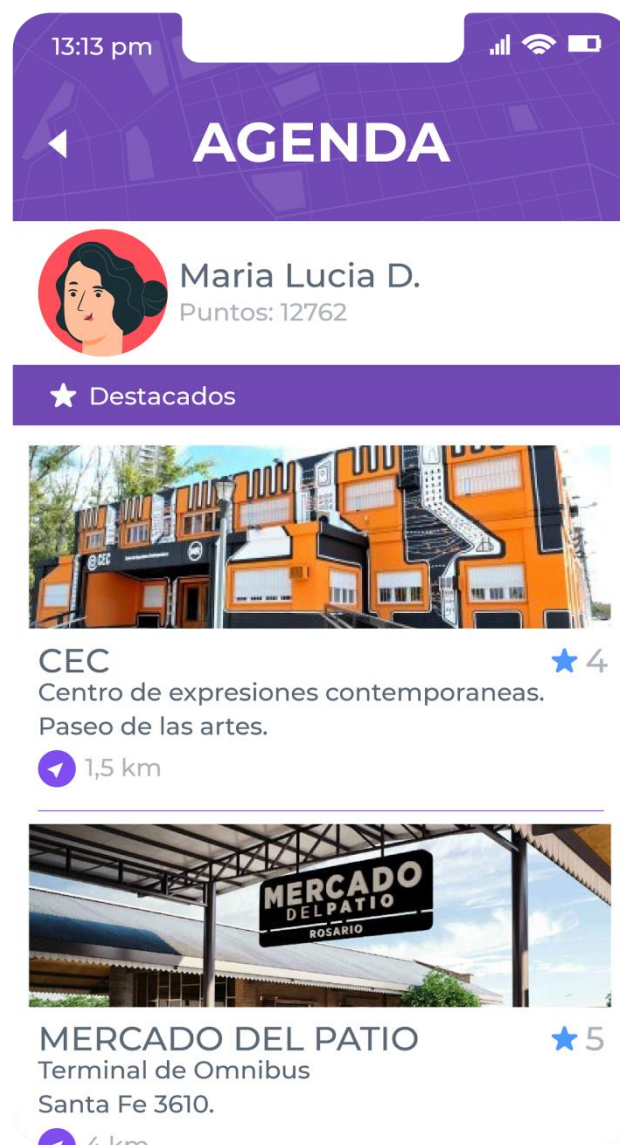
Hay que tener en cuenta que además de que estos videos se comparten con los seguidores, los mismos son para dicha plataforma públicos, por lo cual pueden ser visualizados por personas de todas partes del mundo, es decir que dicho canal brindará la posibilidad de lograr captar nuevos usuarios (claramente pertenecientes a la ciudad de Rosario).

Ante esta aclaración queda abierta la posibilidad de pensar a la Ciudad de Rosario ante el mundo, como una ciudad con posibilidades de crecimiento para los jóvenes, dándose lugar a fomentar las distintas ramas de estudio que se disponen para éstos (facultades, terciarios, cursos, etc.), como así también el crecimiento del Turismo local.

Dicha pestaña además de brindar información sobre los espacios de la ciudad, y los lugares donde los jóvenes pueden acceder a diferentes puntajes, también llevará adelante el

aprovechamiento de los espacios y el entretenimiento constante a través de intervenciones creativas.

x Agenda: estará a disposición de los usuarios toda la agenda cultural que disponga la ciudad, desde el primer día de cada mes, con direcciones, horarios y puntos a sumar en cada uno de los eventos.



Para continuar con la comunidad que ya tenía desarrollada la app en Instagram, parece necesario que este canal se aproveche para llevar adelante la divulgación de la agenda

cultural que tiene la Municipalidad de Rosario, pero como fue planteado con Tik Tok, Instagram también brindará la posibilidad de poder interactuar con los usuarios de manera creativa ante diferentes intervenciones, como por ejemplo: compartir en historias los lugares a los que han concurrido los jóvenes, contar sus experiencias luego de los recorridos realizados y así desde la plataforma premiarlos con una determinada cantidad de puntos a acordar para que los mismos puedan utilizar en diferentes beneficios a los que deseen acceder.

De esta manera, se llama a los usuarios a realizar una participación constante con la app, desde las distintas plataformas con las que cuentan en sus teléfonos móviles, realizando diferentes interacciones, y logrando alcanzar mayores visualizaciones ante otros jóvenes, sin tener que recurrir a la publicidad paga, u otros medios.

x Beneficios: se mostrarán todos los beneficios disponibles para los jóvenes, los cuales además contarán con la opción de poder ir colocándolos en sus favoritos.

La difusión de estos será dada en la app a partir de un sistema propio de notificaciones, pero además es importante que a través de los diferentes canales con los que cuenta Movi Joven se haga mención y se vincule a los mismos, como cada plataforma lo permita.



Se considera que los dos canales para poder llevar adelante esta estrategia son:

. YouTube: A través de videos semanales, donde el mismo se encontrará acompañado de la voz de un narrador y una musicalización acorde, se hará mención a los beneficios que se encuentran disponibles para los jóvenes.

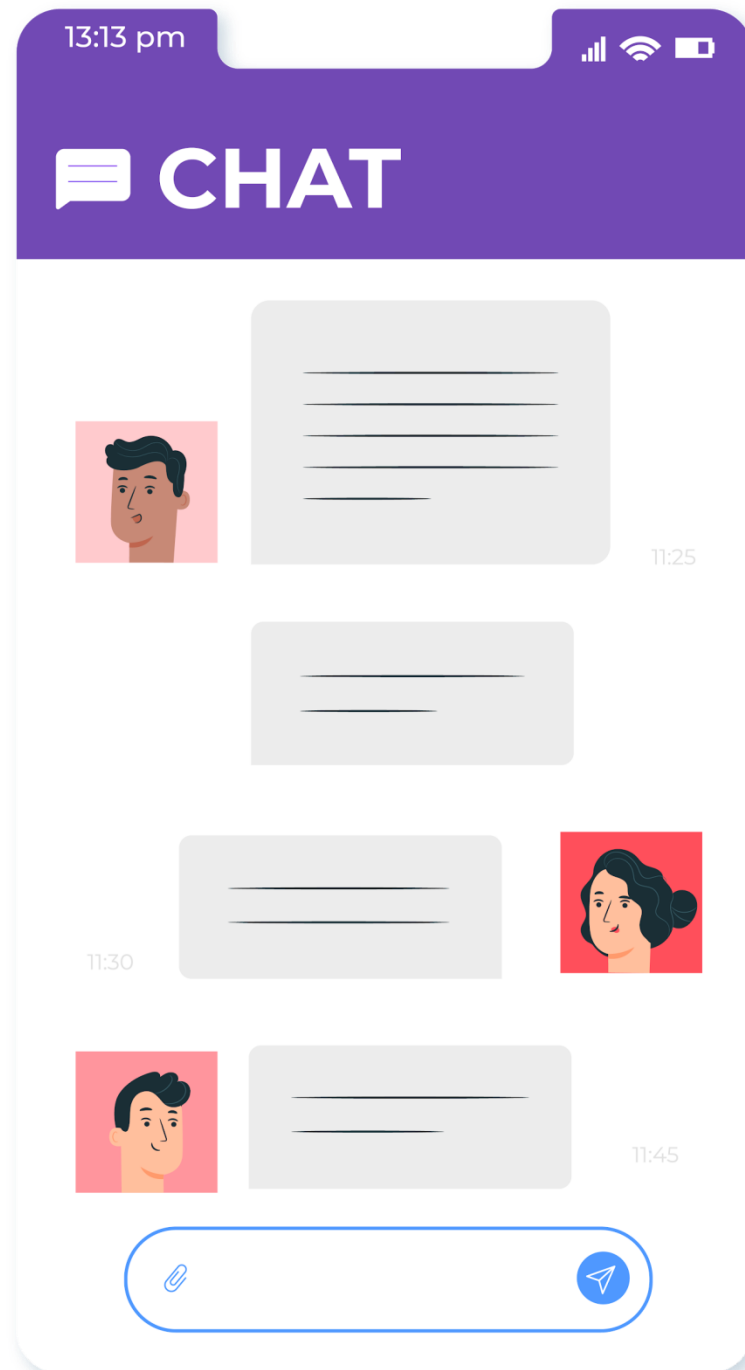
. Instagram: A través de placas fijas (flyers), como ya venía haciéndolo con anterioridad, y compartiendo los videos que se han cargado en el canal de YouTube. Esta red social les

permite a los jóvenes, no solo la opción de poner me gusta a la publicación, sino también de guardar el contenido, para futuras búsquedas que desea realizar y compartirlo con amigos, como así también mencionarlos en los comentarios.

x Mis Puntos: dentro de esta opción se visualizarán los puntos ya obtenidos como también la opción de cargar punto.



x Chat: se logrará el contacto directo con un personal a cargo de responder las dudas o consultas de manera privada a los jóvenes, donde la respuesta sea eficaz, precisa y rápida.



Al mismo tiempo, por este medio los jóvenes recibirán el acta de *beneficio recibido*, es decir una notificación correspondiente donde se declara que dicha persona accedió al

beneficio de manera legítima (nombre y apellido, DNI y el lugar donde debe presentarse con dirección y horario para acceder al mismo).

Para que este punto pueda darse de manera correcta y organizada, los jóvenes deberán contar con su perfil actualizado y con todos sus datos solicitados al comienzo de su inscripción.

Los usuarios al finalizar la charla con el personal deberán puntuar el servicio obtenido, de forma que desde Movi Joven se pueda obtener un registro de información ante futuros ajustes que deban ir realizándose.

Relanzamiento

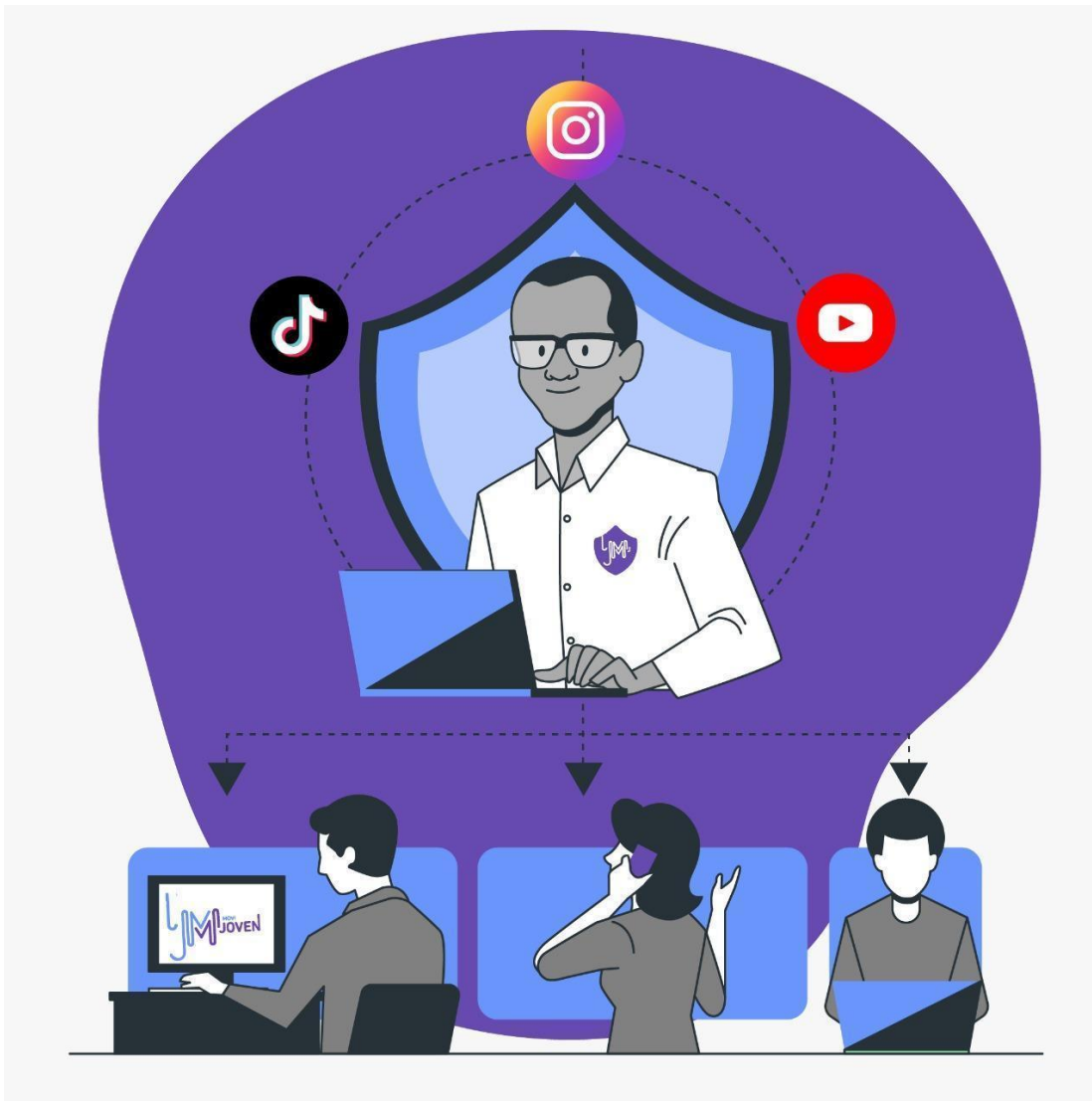
Dicha propuesta se llevará adelante con una campaña de comunicación anticipando el relanzamiento y proponiéndoles a los jóvenes de 13 a 30 años que ya la conocían y a los que no, que descarguen la nueva versión actualizada para “seguir moviéndonos juntos por la ciudad”.

El nuevo formato de aplicación ubicada en el centro de la propuesta que se propone, lleva a enfocarse en un rediseño estructural más moderno y dinamizado (utilizando colores más sobrios, como el blanco de base y haciendo hincapié en su violeta, el cual la caracterizó desde su comienzo).

Esta propuesta estará acompañada, por los distintos canales con los que ya cuenta la app, como así también se proporcionará información en eventos con personal en terreno y se utilizarán los medios disponibles de la Municipalidad, como por ejemplo su propio canal de Facebook y alguna publicidad paga para lograr más alcance (se optó por publicidad paga en redes sociales, que rinde más en el público al que estamos apuntando).

- *Reorganización de los canales de comunicación interna de Movi Joven*

La comunicación interna entre las distintas áreas que gestionan la aplicación y su desarrollo (Equipo de Comunicación ubicado en el Centro de la Juventud, Desarrollo del software a cargo de Movilidad y la intervención y aprobación de las actividades a cargo de la Intendencia), se dará de manera cotidiana, y constante.



Se logró identificar que tienen fundamental importancia las comunicaciones tanto telefónicas, las cuales suelen ser acotadas, como los mails que se manejan con “contacto en copia”.

Ambas maneras de relacionarse, consisten en la transmisión de información valiosa, como así también en la organización del calendario mensual y la recopilación de datos de usuarios o dudas que los mismos puedan tener, las cuales (hasta este momento) eran brindadas por la línea 147.

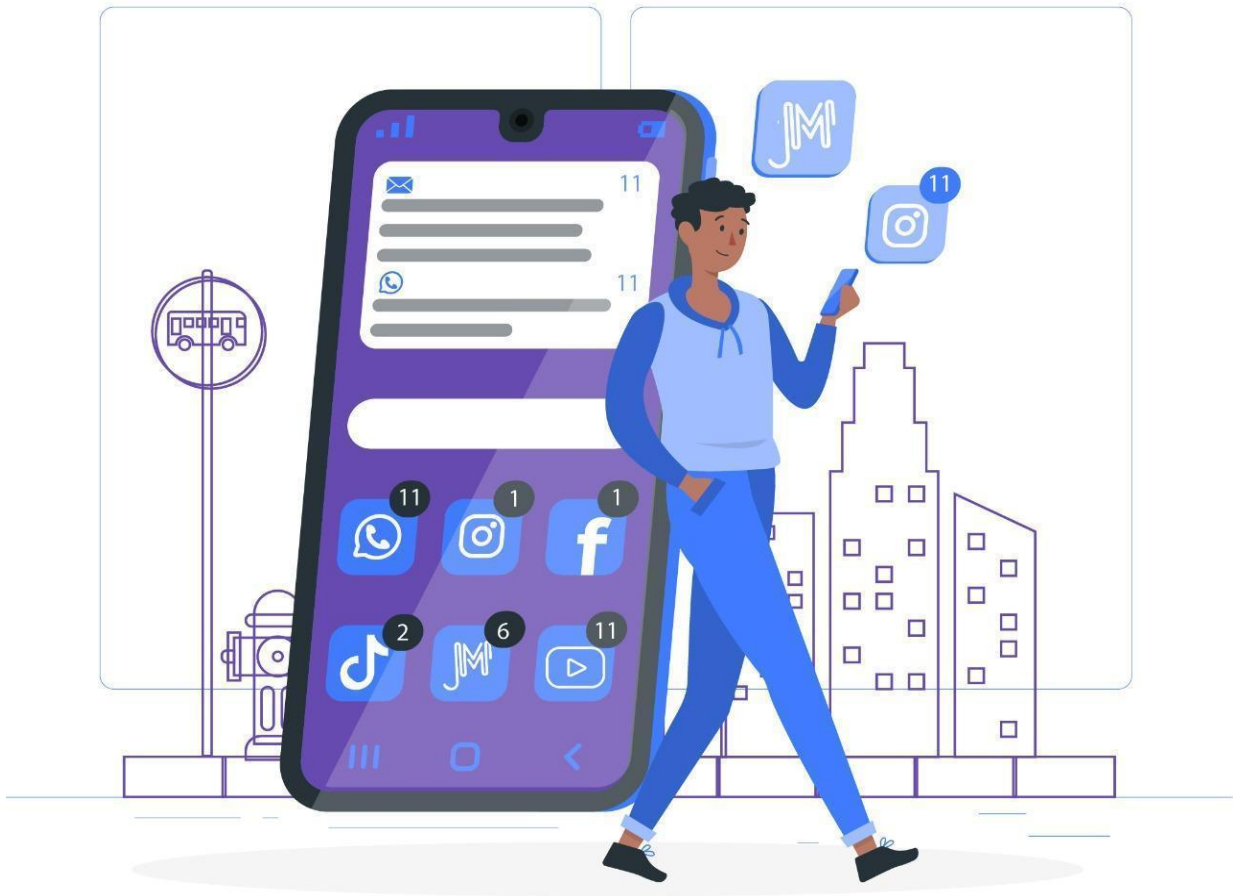
Particularmente se dan desde la lógica de uno a uno. Esta dinámica logra que los lazos de comunicación se vayan distorsionando, como así también la información que circula entre ellos, por lo que tener una estructura de comunicación interna organizada y clara aporta mayor democratización y fluidez en la circulación de la palabra y al mismo tiempo otorga responsabilidades delimitadas a los encargados de cada área para llevar adelante cada uno su tarea.

Es importante que cada una de las áreas cuente con personal capacitado en el rubro, como así también se le brindará la oportunidad a la Universidad Nacional de Rosario, de generar aún más lazos con la Municipalidad, y gestionar de este modo más pasantías de trabajo donde los jóvenes puedan experimentar diferentes ofertas que el mercado laboral puede ofrecerles a sus carreras: Licenciatura en Comunicación Social, Licenciatura en Trabajo Social, Licenciatura en Ciencias de la Computación, Licenciatura en Turismo, Ingeniería Electrónica, entre otras.

- Dinamización la comunicación externa para reforzar lazos con los jóvenes

Consecuentemente se discutirá un sistema de notificaciones dentro de la reorganización que se realizó de la aplicación.

Las notificaciones aparecerán en la barra superior de la pantalla, junto con las de otras aplicaciones que los jóvenes tengan en sus teléfonos móviles. Además se podrán visualizar de manera más extensa al deslizar el dedo hacia abajo desde la parte superior de la pantalla.



Algunas serán consideradas destacadas como “sorteos disponibles” o “recordatorios de punto Movi Joven cercano” y se considerará importante que se muestren en la pantalla de bloqueo y en la pantalla principal.

Etapa Cinco: Validación – Indicadores

Un indicador es “una relación entre variables específicas que mide el cumplimiento de las metas de acuerdo con los resultados esperados del plan, programa, subprograma o proyecto, proporcionando. Una escala con la que pueda medirse el cambio real logrado” (DANE, 2008)

Es por ello que se decidieron seleccionar los siguientes indicadores para poder evaluar si las acciones cumplen con los objetivos propuestos.

Los cambios observables en el público a partir de las actividades realizadas, se podrán reflejar desde su relanzamiento en:

Indicadores Cuantitativos

Aplicación Movi Joven

- . Volumen de descargas de la aplicación
- . Porcentajes de puntos que los jóvenes obtengan
- . Cantidad de lugares que visitaron
- . Porcentaje de tiempo invertido usando la aplicación por los usuarios
- . Porcentaje de permanencia de instalación de la aplicación dentro de cada móvil
- . Tiempo para procesar una duda o consulta por parte de nuestro equipo de trabajo
- . Sorteos más solicitados
- . Beneficios más solicitados

Instagram

- . Porcentaje de impresiones en Instagram: número de veces que todas las publicaciones fueron vistas
- . Porcentaje de alcance en Instagram: número de cuentas únicas que han visto cualquiera de las publicaciones

- . Porcentaje de visitas al perfil de Instagram: número de veces que el perfil ha sido visualizado
- . Porcentaje de likes (me gustas) en Instagram: la cantidad de usuarios a los que les ha gustado la publicación
- . Porcentaje de comentarios en Instagram: cantidad de usuarios que comentaron en el post
- . Porcentaje de guardados en Instagram: cantidad de usuarios que guardaron esa publicación

Tik Tok

- . Porcentaje de visualizaciones de videos: los últimos 7 días o 28 días
- . Porcentaje de seguidores: los últimos 7 días o 28 días
- . Porcentaje de visualizaciones de perfil: los últimos 7 días o 28 días
- . Porcentaje de likes
- . Porcentaje de comentarios
- . Porcentaje de tiempo de reproducción
- . Porcentaje de visualizaciones
- . Porcentaje de promedio (en tiempo) de visualizaciones
- . Ubicación audiencia: número de usuarios que ha visto el vídeo y la distribución de espectadores por ubicación

YouTube

- . Porcentaje de likes
- . Porcentaje de no likes
- . Porcentaje de comentarios

- . Porcentaje de compartidos
- . Porcentaje de tiempo de visualización

Comunicación interna

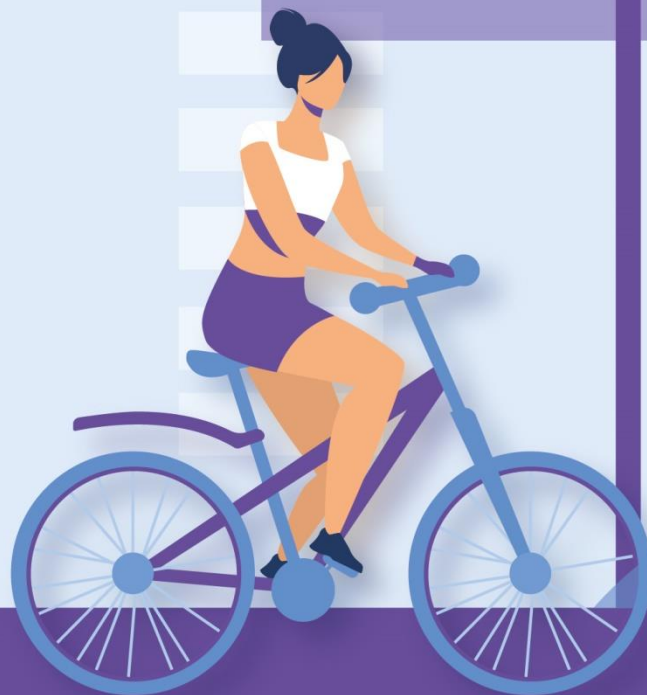
- . Porcentaje de mail enviados
- . Porcentaje de mail recibidos
- . Porcentaje de tiempo de llamadas realizadas
- . Porcentaje de tareas previstas
- . Tiempo de resolución de conflictos por parte de nuestro equipo de trabajo

Indicadores Cualitativos

- . Nivel de satisfacción del usuario: definido como una medida de cómo los servicios cumplen o superan las expectativas del usuario.
- . Calificación de la calidad del servicio.
- . Tipo de las interacciones entre los diferentes canales
- . Desempeño laboral individual (equipo de comunicación interna)
- . Desempeño laboral en equipo (equipo de comunicación interna)

CONSIDERACIONES FINALES

11° PARADA



Consideraciones Finales

Los resultados que emergen de la investigación, luego de describir cómo funciona la aplicación Movi Joven, se enmarcan en la dimensión social, cultural pero también comunicacional, ya que es a través de la aplicación en cuestión se ha logrado analizar cómo se establece la relación de los usuarios y el programa, entendiendo su funcionamiento, sus límites y potencialidades.

El lugar de los jóvenes de nuestra ciudad y su participación visible en muchos espacios, es lo que le ha posibilitado a Movi Joven proyectarse ante una mirada social diferente. Esto motivó a hacer una propuesta desde una dimensión comunicacional que aporte al crecimiento de la iniciativa, trabajando sobre el eje de la gestión de la participación.

En ese sentido, indagar las prácticas de los usuarios en la aplicación permitió reflexionar sobre los usos de la misma, pero también sobre los consumos culturales de estos jóvenes ciudadanos.

Consecuentemente, al indagar en las prácticas de los usuarios y el uso que hacen de la aplicación, se pudieron identificar dos características principales: mutabilidad y convergencia.

La *mutabilidad* se ve plasmada en las constantes transformaciones que la aplicación ha ido atravesando, como así también las redes sociales que conforman su ecosistema digital. La misma será constante, ya que la participación de los usuarios es un hecho que conlleva a considerar las peticiones de estos, como así también los servicios que se les ofrecen y las utilidades que luego ellos les darán.

El usuario activo presentó varias prácticas detectadas que se consideraron relevantes para la investigación:

- . Algunos usuarios confunden la aplicación Movi Joven con la aplicación Movi (sistema de transporte de la ciudad de Rosario)
- . Algunos usuarios cargan la tarjeta Movi perteneciente al sistema de transporte de la ciudad de Rosario para obtener puntos, sin necesidad de asistir a eventos.
- . Algunos usuarios planifican, con anterioridad, un recorrido para sumar puntos en varios establecimientos que se encuentren cerca entre ellos.
- . Varios usuarios canjean 2x1 en entradas, luego de haber adquirido el canje de entrada directo a su nombre, para compartir con dos amigos y asistir, en este caso tres personas, al establecimiento donde se llevará a cabo el show.
- . Varios usuarios canjeaban el abono de bici “Mi Bici, Tu Bici” anual o mensual (sistema de transporte de la ciudad de Rosario) y el mismo al depositarse en la misma tarjeta Movi, utilizaban dicho dinero para viajar en colectivo.

Los podemos clasificar en:

1. Usuario desapegado o indiferente (activo inicial pasivo)
2. Cazador geográfico (activo medio participativo)
3. Cazador de cultura (activo avanzado cooperativo)
4. Cazador de puntos (activo experto colaborativo)

x No activo

En este punto es sumamente interesante cómo cada uno de los grupos que se conformó para el análisis permiten sistematizar características, que hasta el momento no habían sido

consideradas para una estrategia, ni para el lanzamiento de la aplicación en el 2017, ni posteriormente.

Por otra parte, a través de la mirada de la *convergencia* es posible ratificar aquello que al inicio aparecía como una conjetura de partida: la herramienta (aplicación) no supone un vínculo per se sino que en todo caso es una apuesta que requiere del diseño de una estrategia de comunicación efectiva. Asimismo, en la promoción del vínculo entre la Municipalidad de Rosario y los jóvenes de 13 a 30 años, es preciso entenderla en el marco de un ecosistema digital, constituido por Instagram, YouTube y el propuesto entre las acciones, Tik Tok.

Al momento de analizar la aplicación y la ritualidad de las prácticas de los usuarios para con la misma, es importante remarcar que cada uno de estos canales, no estaban siendo utilizados convergentemente, sino que su uso era de manera aislada e individual, lo cual llevaba a confusiones tanto entre el público de cada una de las plataformas, como entre los mismos usuarios de la aplicación.

Una efectiva estrategia de comunicación con acciones comunicacionales acordes, podría hacer que Movi Joven alcance niveles de descargas, interacciones y reconocimiento, ante el público que esta investigación proporciona en sus hallazgos. Como así también cumpla con la idea de proporcionar un contacto directo entre los jóvenes y los espacios que la Municipalidad tiene para brindarles, acercándose a la cultura que esta ofrece.

La propuesta de comunicación presentada, busca integrar las redes sociales para conformar un ecosistema digital que dé a la aplicación el equilibrio necesario para mantener a los jóvenes constantemente entretenidos, como así también las posibilidades de acción y participación de los usuarios en los medios digitales y culturales, sin dejar en desuso la aplicación.

Al hacer referencia a la *convergencia*, da lugar a la conformación de este ecosistema digital, el cual lleva adelante un proceso de nuevas posibilidades de acción y participación de los usuarios. Para que esto sea posible y que los usuarios deseen participar, hay que crear condiciones necesarias que garanticen dicha participación, es decir: brindarles información de cómo descargar la aplicación, comentarles dónde cargar puntos y cómo, generar contenido visual de calidad, entablar condiciones para que estos participen y se respondan sus demandas.

La labor del comunicador en dicho ecosistema digital debe ser pensada como “una estrategia de intervención tendiente a promover procesos de cambios grupos y sectores, que den oportunidad a la concertación, a la decisión de las soluciones de los problemas existentes” (Massoni y Mascoti, 1992, 2).

A medida que el tiempo transcurre se abren cada vez más los panoramas de que la comunicación es un juego de roles que se encuentra en permanente cambio. Quien se encuentre a cargo del equipo que gestione esta aplicación, debe poder incorporar la mirada comunicacional cuyos saberes profesionales permiten estar atentos a las expectativas y las experiencias de uso de la aplicación y gestionar en consecuencia, dándole a la escucha permanente un lugar central.

Se buscarán escenarios futuros que orienten a mejorar la comunicación entre la Municipalidad de Rosario y los jóvenes de 13 a 30 años, acerquen la cultura local a este público y generen lazos de pertenencia. En ese sentido, se espera que el presente trabajo desde este campo aporte a la confluencia de expectativas y experiencias y fortalezca el proceso entre gestores y usuarios. Es a partir del mapa que traza una estrategia de comunicación que esos escenarios pueden volverse posibles.

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, Jesús Martín y *MUÑOZ*, Sonia (1990) *Televisión y melodrama*, Colombia: Editores Tercer Mundo. Citado por *COMBA*, Silvana y *TOLEDO*, Edgardo, 2003, en “Comunicación digital: una reflexión sobre los usos sociales de la computadora” en *Revista Temas y Debates*, Rosario, Año 7 N° 6 y 7.

BARBERO, Jesús Martín (1990) “De los Medios a las Prácticas” en *La Comunicación desde las Prácticas Sociales. Reflexiones en torno a su investigación*, México: Universidad Iberoamericana.

BOURDIEU, Pierre (1988) *La distinción. Crítica social del gusto*. Madrid: Taurus. Citado por *COMBA*, Silvana y *TOLEDO*, Edgardo, 2003, en “Comunicación digital: una reflexión sobre los usos sociales de la computadora” en *Revista Temas y Debates*, Rosario, Año 7 N° 6 y 7.

BOURDIEU, Pierre (1979) “Esquisse d'une theorie de la pratique”, París. Droz. Genève.

CASTELLS, Manuel (2001) “La Era de la Información. Vol. II”, México. Siglo XXI.

CASTELLS, Manuel (1996) “La era de la información. Economía, sociedad y cultura”, en *La sociedad red, Volumen 1*, Barcelona. Alianza Editorial.

CIUFFOLI, C. Y *LÓPEZ*, G. (2012) “Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después.” Buenos Aires. La Crujía.

COMBA, Silvana y *TOLEDO*, Edgardo (2008) “Ciberculturas, Organizaciones y Gestión de la Comunicación” en *Revista FISEC- Estrategias No 11*, Lomas de Zamora.

COMBA, Silvana y TOLEDO, Edgardo (2003) “Comunicación digital: una reflexión sobre los usos sociales de la computadora”, Consultado: 22-01-2019, disponible en:

<https://es.scribd.com/doc/30410056/Comunicacion-digital-una-reflexion-sobre-los-usos-sociales-de-la-computadora>

DÁVILA LEÓN, Oscar (2004) “Adolescencia Y Juventud: De Las Nociones A Los Abordajes”, Valparaíso. Chile.

Consultado: 25-01-2020, disponible en:

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362004000200004

ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES (2017), Sistema de Información Cultural de la Argentina, Consultado: 27-12-2018, disponible en:

<https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

FOGEL, Jean François (2006) “La audiencia ha muerto... ¡Viva la audiencia!” en Revista de Cultura Ñ, Buenos Aires, N° 161.

FRUTOS, Susana (1996) “La entrevista en la Investigación Social” Anuario del Dpto. de Comunicación UNR Vol. 2. Argentina.

GIACCAGLIA, Leticia (2009) “Comunicación digital. Las prácticas de los usuarios en la Web 2.0”, Argentina, Santa Fe, Rosario

GÓMEZ MONT, Carmen (2002) “Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación”, México, Consultado: 22-01-2019, disponible en:

http://cmap.upb.edu.co/rid=1Q0C0QTBH-1MJ72H019C1/usosSocialesTIC_carmenGomez.pdf

IGARZA, Roberto (2008) “Nuevos medios: Estrategias de convergencia”, Buenos Aires. La Crujía.

IGARZA, Roberto (2009) “Burbujas de ocio: Nuevas formas de consumo cultural”, Buenos Aires. La Crujía.

IGARZA, Roberto (2012) Recuperado el 15 de Enero de 2019, de sitio web “Medios y Enteros” – Revista web de la Escuela de comunicación Social de la UNR:

<https://mediosyenteros.unr.edu.ar/home/?p=113>

MALINOWSKI, Bronislaw “Etnografía Virtual en red”. Recuperado el 25 de Enero de 2019. Disponible en:

<http://lastrobiand.blogspot.com.ar/2007/05/etnografa-virtual.html>

MANCINI, Pablo (2011) “Hackear el periodismo”, Buenos Aires, La Crujía.

MANOVICH, Lev (2006) “El lenguaje de los nuevos medios de comunicación”, Buenos Aires. Paidós.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1997) “Mas-mediación y audiencia-ción”, Universidad de Guadalajara, México, Consultado: 27-12-2018, disponible en:

<http://comunicacionestrategica2.blogspot.com/2010/08/mass-mediacion-y-audiencia-cion.html>

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1997) “Investigar para transformar la educación de las tele-audiencias”, en *Voces y Culturas*, España, N° 11-12.

ORTEGA SANTAMARÍA, Sergio (2007) “Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0”. Recuperado el 25 de enero de 2019, de sitio web de:

<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

SCOLARI, Carlos (2013) “Narrativas transmedia”, Barcelona. Grupo Planeta.

SCOLARI, Carlos (2008) “Hipermediaciones”, Barcelona. Gedisa S.A.

SERRES, Michel (2012) “Pulgarcita”, París. Manifiestos le Pommier.

SIERRA, Francisco (1998) “Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social” en *GALINDO CÁCERES*, Luis Jesús (coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, México: Pearson Educación.

TAYLOR y *BOGDAN* (1994) “Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados”, Buenos Aires. Paidós.

TÉLLEZ INFANTES, Anastasia (2002) “Nuevas etnografías y ciberespacio: reformulaciones metodológicas”. Recuperado el 25 de enero de 2019, de sitio web de:

<http://lastrobiand.blogspot.com.ar/2007/05/etnografa-virtual.html>

VASILACHIS DE GIALDINO, Irene (1992) “Métodos Cualitativos I”, Buenos Aires. Centro Editor de América Latina.

VON PEBORGH, E. (2010) “Odisea 2.0. Las Marcas en los Medios Sociales”, Buenos Aires. La Crujía.


WAINERMAN, C., & SAUTU, R. (1998) “La trastienda de la investigación”, Buenos Aires. Editorial de Belgrano.

YIN, R. K. (2004) Polipub.org. Recuperado el 3 de Abril de 2012, de sitio web de Políticas públicas participativas para el mejoramiento de la calidad democrática: <http://www.polipub.org/documentos/YIN%20ROBERT%20pd>

ANEXOS




**TOMAS
21 AÑOS
DISTRITO NOROESTE**


DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Redes</p>	<p>La abre en: Punto Movi Joven</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos . Acciones que realiza: Dar Like . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 5 y 10 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Buena y aburrida, es siempre lo mismo lo que suben y confunde”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta) y selecciono: Notificación propia de la app (como tienen Facebook e Instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Porque me interesaba poder acceder a cosas gratis”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Porque sumo puntos”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Ocasionalmente ¿Por qué? “Se tilda y no carga los puntos”</p>	<p>YOU TUBE . Conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Bicis y los abonos que tienen, así los sigo usando y no gasto plata</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: No muy seguido</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail, Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de</p>	

		“Obvio, así cargo más puntos” ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Sorteos		cada beneficio	<p>Detalle de movimientos</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCION</th> <th>PUNTOS</th> <th>FECHA</th> <th>IMPORTE</th> <th>OPERACION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sorteo de entrada para el Campeonato Mundial de Basketball U17</td> <td>50</td> <td>02/07/18 11:45:03</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Lucas Lauriente - Stand Up</td> <td>60</td> <td>29/06/18 21:54:10</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Estreno de La isla desierta</td> <td>50</td> <td>29/06/18 21:47:44</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>DICIEMBRE Visitá el museo de la Memoria</td> <td>50</td> <td>28/06/18 18:18:50</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>DICIEMBRE Visitá el CEC</td> <td>60</td> <td>27/06/18 20:03:31</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Visitá el centro cultural Roberto Fontanarrosa</td> <td>50</td> <td>27/06/18 19:29:00</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Música para Volar presenta Hello! Charly Unplugged</td> <td>60</td> <td>23/06/18 21:46:31</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Día Internacional del Yoga Rosario</td> <td>50</td> <td>22/06/18 20:00:00</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Acto central Día de la Bandera</td> <td>100</td> <td>20/06/18 10:00:00</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> </tbody> </table>	DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION	Sorteo de entrada para el Campeonato Mundial de Basketball U17	50	02/07/18 11:45:03	-	Canje	Lucas Lauriente - Stand Up	60	29/06/18 21:54:10	-	Asist.	Estreno de La isla desierta	50	29/06/18 21:47:44	-	Asist.	DICIEMBRE Visitá el museo de la Memoria	50	28/06/18 18:18:50	-	Asist.	DICIEMBRE Visitá el CEC	60	27/06/18 20:03:31	-	Asist.	Visitá el centro cultural Roberto Fontanarrosa	50	27/06/18 19:29:00	-	Asist.	Música para Volar presenta Hello! Charly Unplugged	60	23/06/18 21:46:31	-	Asist.	Día Internacional del Yoga Rosario	50	22/06/18 20:00:00	-	Asist.	Acto central Día de la Bandera	100	20/06/18 10:00:00	-	Asist.
DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION																																																			
Sorteo de entrada para el Campeonato Mundial de Basketball U17	50	02/07/18 11:45:03	-	Canje																																																			
Lucas Lauriente - Stand Up	60	29/06/18 21:54:10	-	Asist.																																																			
Estreno de La isla desierta	50	29/06/18 21:47:44	-	Asist.																																																			
DICIEMBRE Visitá el museo de la Memoria	50	28/06/18 18:18:50	-	Asist.																																																			
DICIEMBRE Visitá el CEC	60	27/06/18 20:03:31	-	Asist.																																																			
Visitá el centro cultural Roberto Fontanarrosa	50	27/06/18 19:29:00	-	Asist.																																																			
Música para Volar presenta Hello! Charly Unplugged	60	23/06/18 21:46:31	-	Asist.																																																			
Día Internacional del Yoga Rosario	50	22/06/18 20:00:00	-	Asist.																																																			
Acto central Día de la Bandera	100	20/06/18 10:00:00	-	Asist.																																																			
La continua utilizando: “Porque están buenos los beneficios aunque tienen pocos”	Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos	Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail” Califica la respuesta como: “Mala, tardaron en responderme y me quede sin el beneficio por culpa de ellos” Tema de la consulta: No me funciona la aplicación		¿Se la recomendarías a tus conocidos?: No ¿Por qué? “Porque la verdad que viene estando muy mala, malos los beneficios, se tilda, no hay nada más que Instagram para ver”																																																			
Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario	Rutina de uso: “Entró a la app, veo qué beneficio me interesa, después dónde sumar puntos y si puede ser cerca de donde estoy mejor, para poder canjear por lo que verdaderamente me interesaba desde un comienzo. Cuando los tengo, voy y si todavía están y canjeo”.			Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí																																																			
	Funciones utilizas más: Sumar puntos, Beneficios ¿Por qué?: “Porque es interesante”																																																						
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: No muy seguido																																																						
	Obtiene sus puntos a través																																																						

	de: Asistencia a eventos (recitales, picnics nocturno, etc)				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Teatros ¿Por qué? “Porque es fácil, me quedan cerca la verdad”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Para usarlos en los beneficios que me interesan y más si son cosas gratis”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: “Año de bici gratis” Califica los beneficios como: . “Siempre los mismos” . “Muy Buenos”				


**VIRGINIA
21 AÑOS
DISTRITO NOROESTE**

DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Redes</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios, Eventos de la semana . Acciones que realiza: Dar like, Participar de los beneficios disponibles . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos. . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Muy buena, aunque las imágenes que están subiendo se están viendo media pixeladas o borrosas”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Texto como el formato de email</p>	
<p>Decidió bajarla: “Sorteaban unas entradas al cine monumental que me interesaban”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Porque es cuando tengo tiempo para entrar y ver, o me acuerdo”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Casi nunca ¿Por qué? “Porque es fácil de comprender como usarla, aunque se tilda a cada rato”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Cine, Librerías, Eventos</p>	

<p>La utiliza: Un año</p>	<p>Frecuencia: Más de una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? "Si, así puede entrar a canjear mis puntos y usar los beneficios" ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Nombre y apellido, Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada lugar, Imágenes específicas de cada beneficio, Horarios de los establecimientos</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCION</th> <th>PUNTOS</th> <th>FECHA</th> <th>IMPORTE</th> <th>OPERACION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sorteo de entrada gratis para "Luciano Mellera y Lucas Lauriente Stand Up"</td> <td>50</td> <td>03/12/19 12:43:40</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental</td> <td>50</td> <td>21/11/19 10:14:02</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$50</td> <td>12</td> <td>28/12/17 12:07:02</td> <td>50.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$100</td> <td>25</td> <td>21/12/17 07:03:54</td> <td>100.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$100</td> <td>25</td> <td>08/12/17 10:40:01</td> <td>100.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$100</td> <td>25</td> <td>05/12/17 16:36:32</td> <td>100.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$100</td> <td>25</td> <td>27/11/17 11:55:41</td> <td>100.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$100</td> <td>25</td> <td>21/11/17 19:10:18</td> <td>100.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$50</td> <td>12</td> <td>06/11/17 12:02:03</td> <td>50.00</td> <td>Compra</td> </tr> </tbody> </table>	DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION	Sorteo de entrada gratis para "Luciano Mellera y Lucas Lauriente Stand Up"	50	03/12/19 12:43:40	-	Canje	Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	21/11/19 10:14:02	-	Canje	Carga de \$50	12	28/12/17 12:07:02	50.00	Compra	Carga de \$100	25	21/12/17 07:03:54	100.00	Compra	Carga de \$100	25	08/12/17 10:40:01	100.00	Compra	Carga de \$100	25	05/12/17 16:36:32	100.00	Compra	Carga de \$100	25	27/11/17 11:55:41	100.00	Compra	Carga de \$100	25	21/11/17 19:10:18	100.00	Compra	Carga de \$50	12	06/11/17 12:02:03	50.00	Compra
DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION																																																			
Sorteo de entrada gratis para "Luciano Mellera y Lucas Lauriente Stand Up"	50	03/12/19 12:43:40	-	Canje																																																			
Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	21/11/19 10:14:02	-	Canje																																																			
Carga de \$50	12	28/12/17 12:07:02	50.00	Compra																																																			
Carga de \$100	25	21/12/17 07:03:54	100.00	Compra																																																			
Carga de \$100	25	08/12/17 10:40:01	100.00	Compra																																																			
Carga de \$100	25	05/12/17 16:36:32	100.00	Compra																																																			
Carga de \$100	25	27/11/17 11:55:41	100.00	Compra																																																			
Carga de \$100	25	21/11/17 19:10:18	100.00	Compra																																																			
Carga de \$50	12	06/11/17 12:02:03	50.00	Compra																																																			
<p>La continua utilizando: "Cada tanto hay algún evento que me interesa o canjeo puntos"</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? "Mando un mail" Califica la respuesta como: "Bastante mala, porque me las tuve que rebuscar sola" Tema de la consulta: ¿Se puede transferir un beneficio obtenido a un amigo o familiar?, ¿Cómo accedo al beneficio?</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? "Porque a mí me resultó útil, y también para que participen ellos"</p>																																																			
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: "Entro a la app, veo la cantidad de puntos que tengo, veo los canjes que puedo hacer, y luego también entro a la parte de eventos para ver si alguno me interesa"</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>																																																			
	<p>Funciones utilizas más: Agenda, Mis puntos, Beneficios ¿Por qué?: "Por los beneficios que tiene"</p>																																																						

	así accedo a cosas gratis”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: No muy seguido				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Bares culturales, Bibliotecas, Galpón de la Música ¿Por qué? “Son los lugares que frecuento comúnmente y los eventos que me interesan se realizan ahí”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “El interés que tengo sobre el beneficio, casi siempre están relacionadas con entradas, descuentos”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: “Entradas a eventos o el cine, descuentos” Califica los beneficios como: . “Pocos” . “Buenos”				


ARACELI
28 AÑOS
DISTRITO CENTRO

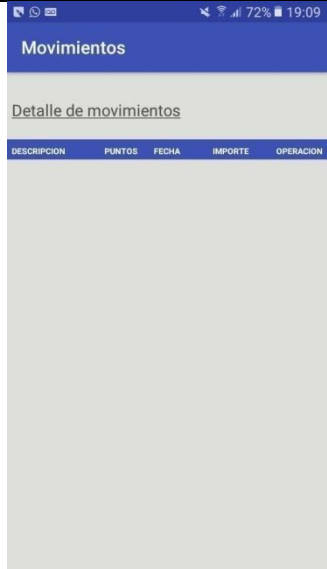
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Agenda cultural</p>	<p>La abre en: Punto Movi Joven</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM <ul style="list-style-type: none"> . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Participar de los beneficios disponibles . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos. . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: "La verdad que bastante embolante los contenidos y pixelados" </p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Flyer</p>	
<p>Decidió bajarla: "Me pareció interesante para obtener beneficios y cosas gratis"</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: "Porque es donde la necesito usar para sumar puntos"</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Casi nunca ¿Por qué? "Porque depende el días carga rápido"</p>	<p>YOU TUBE <ul style="list-style-type: none"> . No conoce el canal . No está suscripto </p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis, Recreación, Artes Escénicas, Cine, Librerías, Insumos, Eventos, Cursos</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: No muy seguido</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail ¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Puntos, Imágenes específicas de cada lugar,</p>	

		<p>“Si, más que nada para poder canjear beneficios”</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer?</p> <p>Eventos que sumen puntos, Sorteos</p>		<p>Imágenes específicas de cada beneficio, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando:</p> <p>“Para participar de los sorteos y obtener descuentos”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza:</p> <p>Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas?</p> <p>“Mando un mail”</p> <p>Califica la respuesta como:</p> <p>“Mala, no me supieron dar una respuesta y la verdad que tardaron”</p> <p>Tema de la consulta:</p> <p>¿Puedo usar dos beneficios juntos? (Ejemplo, 2x1 y entrada gratis)</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?:</p> <p>Si</p> <p>¿Por qué?</p> <p>“Por los beneficios, aunque vienen siendo malos o hay muy pocos”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso:</p> <p>“Entro a la app y chequeo los beneficios para canjear puntos y si hay sorteos”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?:</p> <p>Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más:</p> <p>Mis puntos, Beneficios</p> <p>¿Por qué?:</p> <p>“Porque es lo que me interesa”</p>				
	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?:</p> <p>No muy seguido</p>				
	<p>Obtiene sus puntos a través de:</p> <p>Carga de tarjeta de colectivo</p>				

	<p>Puntos Movi Joven a los que más asiste: Museos, Teatros, Bares culturales, Mercado del Patio, Galpón de la Música, Centro de las Juventudes, Pasaje Pan, Centro de Expresiones Contemporáneas</p> <p>¿Por qué? "Son los lugares donde hay actividades de mi interés"</p>				
	<p>Motivo/s por lo que canjea sus puntos: "Los beneficios"</p>				
	<p>Beneficios por los que canjea sus puntos: "Entradas a recitales en su mayoría"</p> <p>Califica los beneficios como:</p> <ul style="list-style-type: none"> . "Aburridos" . "Malos" 				


**JAVIER
30 AÑOS
DISTRITO SUR**

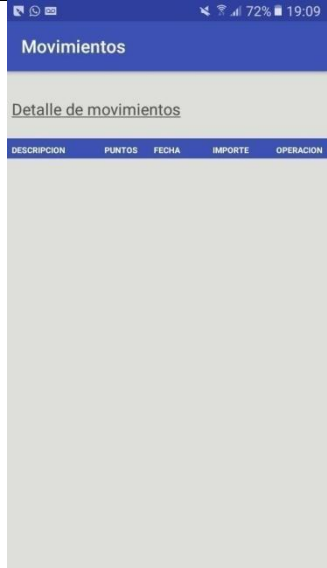
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Evento de la Municipalidad</p>	<p>La abre en: Trabajo</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos beneficios, ¿Dónde canjear puntos? . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 5 y 10 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Buena pero podrían mejorar la calidad de lo que suben, es siempre lo mismo y aburre”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen Facebook e Instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Por su funcionamiento y usos, me la habían recomendado un montón”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Para coordinar el día, y ver por donde paso a buscar puntos”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Ocasionalmente ¿Por qué? “Porque se tilda”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis, Recreación, Cine, Eventos</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: Más de una vez al día</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Foto, Imágenes específicas de cada beneficio</p>	

		<p>“Si, aunque vienen subiendo siempre lo mismo”</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer?</p> <p>Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana</p>			
<p>La continua utilizando:</p> <p>“Es funcional a mi vida cotidiana”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza:</p> <p>Más de 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas?</p> <p>“Mando un mail”</p> <p>Califica la respuesta como:</p> <p>“Tardaron”</p> <p>Tema de la consulta:</p> <p>¿Se puede transferir un beneficio obtenido a un amigo o familiar?, ¿Cómo accedo al beneficio?</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?:</p> <p>Si</p> <p>¿Por qué?</p> <p>“Porque aporta buena información”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso:</p> <p>“Entro a la App, veo las sugerencias y saco captura de lo que me interesa, y después voy a sumar puntos para canjear por los beneficios que me interesan”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?:</p> <p>Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más:</p> <p>Agenda, Mis puntos</p> <p>¿Por qué?:</p> <p>“Porque con esos accedo a los beneficios”</p>				
	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?:</p> <p>Una vez a la semana</p>				
	<p>Obtiene sus puntos a través de:</p> <p>Yendo a puntos Movi Joven (museos, teatros, La Florida,</p>				

	etc.)				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Bares culturales ¿Por qué? “Mi círculo social acude allí”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Las variedades”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: “Saldo” Califica los beneficios como: . “Interesantes” . “Pocos pero buenos”				


DANTE
30 AÑOS
DISTRITO SUDOESTE

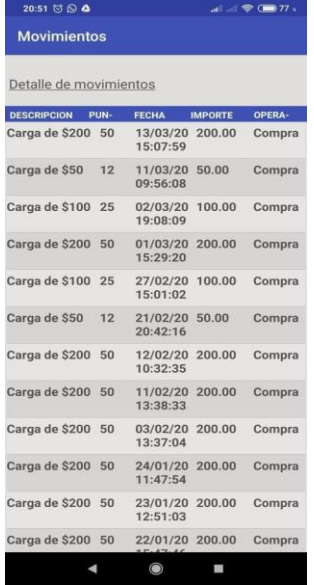
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Amigo</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Eventos de la semana . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Mencionar la cuenta en tus redes (arrobar), Participar de los beneficios disponibles . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos. . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Buena, se ve divertida, pero confunden los flyers porque parecen muy similares”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Porque hay muchos sorteos e información sobre eventos que me interesan”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Porque me da información sobre los evento, y así sumo puntos”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: A veces ¿Por qué? “Me resulta sencilla de usar pero se tilda”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música</p>	
<p>La utiliza: Un año</p>	<p>Frecuencia: Más de una vez al día</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app:</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación</p>	

		<p>Instagram</p> <p>¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p> <p>“Si, la agenda me da un puntapié de que lugares puedo ir a conocer”</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer?</p> <p>Eventos que sumen Agenda del fin de semana, Sorteos</p>		<p>contenga?:</p> <p>Nombre y apellido, Foto, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada lugar, Imágenes específicas de cada beneficio, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando:</p> <p>“Por los sorteos y la información sobre los eventos”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza:</p> <p>Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas?</p> <p>“Mando un mensaje privado por Instagram”</p> <p>Califica la respuesta como:</p> <p>“Lenta”</p> <p>Tema de la consulta:</p> <p>¿Cómo accedo al beneficio?</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?:</p> <p>Si</p> <p>¿Por qué?</p> <p>“Utilidad”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso:</p> <p>“Entro a la app y veo las últimas fotos, chusmeo que eventos y sorteos hay nuevos, y veo si llego con los puntos”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?:</p> <p>Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más:</p> <p>Agenda, Beneficios</p> <p>¿Por qué?:</p> <p>“Por la agenda cultural y los sorteos”</p>				
	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?:</p> <p>No muy seguido</p>				
	<p>Obtiene sus puntos a través de:</p>				

	Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Bares culturales, Galpón de la Música ¿Por qué? “Lo que más me interesan son los eventos musicales”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “No cambié nunca puntos por beneficios, aun”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: “Si tuviera puntos, sería Califica los beneficios como: . “Siempre los mismos” . “Malos”				


SARA
26 AÑOS
DISTRITO OESTE

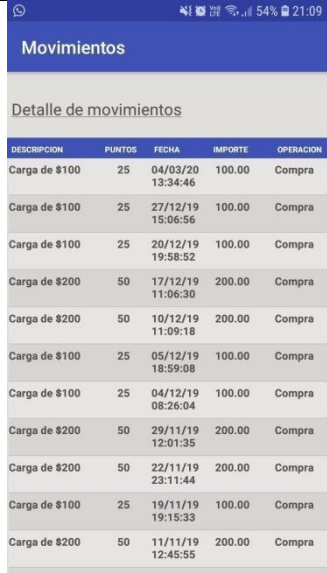
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Evento de la Municipalidad</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios, Eventos de la semana, ¿Dónde canjear puntos?, ¿Cómo sumar puntos? . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Reaccionar a las historias . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos. . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Buena. Es media monótona”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Flyer</p>	 <p>The screenshot shows a mobile app interface with a blue header 'Mis puntos', a piggy bank icon, the number '1658 puntos', a link 'Ver detalle de puntos', and a button 'BENEFICIOS CERCA TUYO'.</p>
<p>Decidió bajarla: “Porque me la recomendaron para tener cosas gratis”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Para sumar puntos y ver la agenda cercana”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: A veces ¿Por qué? “Porque son claras las distribuciones de las opciones, y visiblemente son accesibles”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis, Recreación, Artes Escénicas, Cine, Librerías, Eventos, Cursos</p>	

<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: “En las última semanas la use muy poco porque no me aparecía para canjear los puntos”</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail, Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana, Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Nombre y apellido, Foto, Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada lugar, Imágenes específicas de cada beneficio, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando: “Porque se me suman los puntos gracias a la carga de colectivo que hago en las tarjetas pero la verdad desconocía que tenía puntos acumulados y de esa manera”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail” Califica la respuesta como: “Poco eficiente” Tema de la consulta: ¿Puedo usar dos beneficios juntos? (Ejemplo, 2x1 y entrada gratis)</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Porque es una buena app, ya que puedes enterarte de la agenda cercana, y canjear los puntos”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Entró a la app, veo la agenda, y concurre a varios de los eventos que se encuentran en ella, ya que verdaderamente algunos venían siendo muy interesante. Igualmente, últimamente bajaron bastante el nivel de propuestas para ofrecer”.</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Sumar puntos, Agenda, Mis puntos, Beneficios ¿Por qué?: “Porque me gusta saber</p>				

	cuántos puntos tengo disponible, y ver la agenda por si hay algo que pueda hacer. Sumar puntos si es un punto moví el lugar donde estoy, y ver los beneficios para ver si puedo acceder a ellos”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Más de una vez a la semana				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Bibliotecas, La Florida, Acuario del Río Paraná, Mercado del Patio, Galpón de la Música, Centro de Expresiones Contemporáneas ¿Por qué? “Porque son lugares a los que con frecuencia”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Considerar buenos a los beneficios”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: “Librerías, entradas a eventos, Gif Cards” Califica los beneficios como: . “Siempre los mismos” . “Buenos”				


JULIETA
23 AÑOS
DISTRITO SUR


DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Redes</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios, Eventos de la semana . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Participar de los beneficios disponibles . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos. ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Repetitiva, porque la verdad hace rato que no tienen contenido nuevo”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Flyer</p>	
<p>Decidió bajarla: “Por sus beneficios musicales y artísticos. Para tener más información acerca de artistas locales”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Para canjear beneficios”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: A veces ¿Por qué? No me carga los puntos y se tilda</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis, Artes Escénicas, Cine, Eventos, Cursos</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: Una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail, Instagram</p>	<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?:</p>		

		<p>¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Agenda del fin de semana, Sorteos</p>		<p>Nombre y apellido, Puntos, Mapa de la ciudad, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando: “Porque me resulta útil para enterarme de eventos, aparte de los que organiza la municipalidad para reciclaje”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Me comunico con el 147 y despejo mis dudas”</p> <p>Califica la respuesta como: “Neutral, no me ayudaron mucho a sacarme las dudas”</p> <p>Tema de la consulta: “Consulta acerca del horario de un evento”</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si</p> <p>¿Por qué? “Porque me parece una propuesta muy fructífera para la juventud de la ciudad”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Entró a la app, selecciono agenda y chusmeo los eventos musicales de mi interés, pero es recién en el lugar que me acuerdo que puedo sumar puntos también, sino a veces me olvido. Movi Joven para mi es más un recordatorio de todo lo hermoso que tiene la ciudad para ofrecernos”.</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Agenda, Mis puntos, Beneficios, Espacios jóvenes</p> <p>¿Por qué?: “Porque son la principal</p>				

	función de la aplicación y así puedo cambiar puntos”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Más de una vez al día				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Museos, Bares culturales, Mercado del Patio, Galpón de la Música ¿Por qué? “Porque el arte local es lo que más me interesa”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Principalmente beneficios económicos”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Recitales, obras de teatro. . Califica los beneficios como: . “Pocos” . “Repetidos”				


MARTIN
23 AÑOS
DISTRITO NOROESTE

DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Redes</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Difícil</p>	<p>INSTAGRAM <ul style="list-style-type: none"> . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos beneficios, Eventos de la semana. . Acciones que realiza: Dar like . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: "Ya las imágenes están pixeladas" </p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: "Porque me la recomendaron para ahorrar plata en recitales"</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: "Porque tengo wi-fi, sino me consume muchos datos porque tarda en abrir"</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Ocasionalmente ¿Por qué? "Es lenta"</p>	<p>YOU TUBE <ul style="list-style-type: none"> . No conoce el canal . No está suscripto </p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Cine, Librerías, Insumos, Eventos, Cursos</p>	
<p>La utiliza: Un mes</p>	<p>Frecuencia: Una vez al día</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si ¿Cuál es la información que más te interesa conocer?</p>	<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada lugar, Imágenes específicas de cada beneficio, Direcciones</p>		

		Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana, Sorteos		exactas, Horarios de los establecimientos	
La continua utilizando: "No la estoy utilizando, porque la verdad me aburríó un montón y ocupaba lugar"	Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos	Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? "Mando un mensaje privado por Instagram" Califica la respuesta como: "No me dieron buenas explicaciones y fue error de ellos" Tema de la consulta: ¿Cómo accedo al beneficio?, No me funciona la aplicación, ¿Puedo usar dos beneficios juntos? (Ejemplo, 2x1 y entrada gratis)		¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? "Porque no todos los ciudadanos tienen conocimiento de todos estos eventos o lugares de la ciudad"	
No conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario	Rutina de uso: "Entraba a la app y veía que había, pero no se te decir muchas cosas, porque se ve que la agarre en un momento donde la aplicación andaba muy mal o escasa de beneficios"			Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí	
	Funciones utilizas más: Me muevo por la ciudad ¿Por qué?: "No tengo preferencias. Surge en el momento, más que nada para sumar puntos"				

	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?: No muy seguido</p>				
	<p>Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo</p>				
	<p>Puntos Movi Joven a los que más asiste: Museos, Polideportivos, Teatros, Complejo de Piletas Parque Alem, Mercado del Patio, Galpón de la Música ¿Por qué? Me gusta pasear</p>				
	<p>Motivo/s por lo que canjea sus puntos: "Nunca canjee nada, pero el abono de bici, para ahorrar plata"</p>				
	<p>Beneficios por los que canjea sus puntos: Abono de bicis Califica los beneficios como: . "Siempre los mismos" . "Tienen cada vez más pocos"</p>				


VERONICA
26 AÑOS
DISTRITO CENTRO

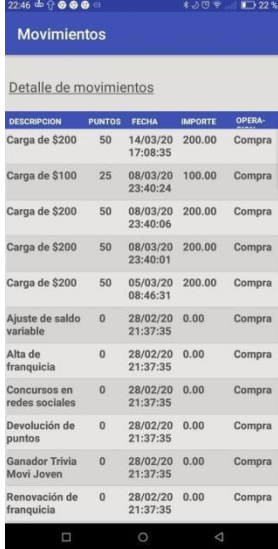
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Redes</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Mencionar la cuenta en tus redes (arrobar) . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Aburrida, es siempre igual”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	 <p>The screenshot shows the 'Mis puntos' (My points) screen of an app. At the top, it says 'Mis puntos' with a back arrow. Below that, there's a piggy bank icon and the number '226 puntos'. Underneath is a 'Movimientos' (Transactions) section with a 'Detalle de movimientos' (Transaction details) table. The table has columns for 'DESCRIPCION', 'PUNTOS', 'FECHA', 'IMPORTE', and 'OPERACION'. It lists several transactions, including 'Carga de \$100', 'Carga de \$200', and 'Sorteo de entrada para "El enfermo imaginario"', with their respective dates, times, and amounts.</p>
<p>Decidió bajarla: “Para obtener premios o beneficios gratuitos”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: Estoy aburrida</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Si ¿Por qué? “Se tilda muchísimo”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Artes Escénicas, Cine, Librerías, Eventos</p>	<p>Sorteo de entrada para "El enfermo imaginario" 50 13/01/20 12:38:14 - Canje Carga de \$100 25 10/01/20 20:51:38 100.00 Compra Carga de \$100 25 06/01/20 11:49:36 100.00 Compra Carga de \$100 25 03/01/20 11:24:05 100.00 Compra Carga de \$200 50 20/12/19 17:42:12 200.00 Compra Diciembre Sorteo de VISITAS AL TEATRO EL CIRCULO 50 16/12/19 18:30:12 - Canje Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental 50 16/12/19 18:30:05 - Canje Carga de \$200 50 13/12/19 17:12:30 200.00 Compra</p>
<p>La utiliza: Varios meses</p>	<p>Frecuencia: Una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Puntos, Imágenes específicas de cada lugar, Horarios de los establecimientos</p>	

		<p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana</p>			
<p>La continua utilizando: “Para los sorteos y conseguir cosas gratis”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mensaje privado por Instagram” Califica la respuesta como: “Te digo buena para no hacerlos quedar mal, pero la verdad es que tardaron un montón” Tema de la consulta: No me funciona la aplicación</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Porque es buena a pesar de sus fallas”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Entró a la app, miro bien los eventos que va a haber en estos días, seleccionó únicamente los de mi agrado, y después solo me queda ir. En el lugar me encargo de encontrar los carteles que me avisan que ahí puedo cargar puntos, vaya a canjearlos o no, pero los voy guardando por si en algún momento sale algo que verdaderamente me guste para usarlos”.</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Sumar puntos, Agenda, Mis puntos, Beneficios ¿Por qué?: “Para saber dónde sumar</p>				

	puntos y así canjear más cosas”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Más de una vez a la semana				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Teatros, Bares culturales, Bibliotecas, Pasaje Pan, Centro de Expresiones Contemporáneas ¿Por qué? “Me gusta el arte”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Economía”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Eventos artísticos Califica los beneficios como: . “Buenos” . “Pocos”				


HUGO
30 AÑOS
DISTRITO OESTE


DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Trabajo</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM <ul style="list-style-type: none"> . No sigue la cuenta de Instagram . Nunca interactúa . Información que recibe por este medio: - . Promedio de tiempo que le dedica: - ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: <ul style="list-style-type: none"> - </p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Flyer</p>	
<p>Decidió bajarla: “Me la recomendaron cuando salió, por sus beneficios”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: Para cargar puntos.</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: “No, pero podría ser mejor app” ¿Por qué? “Es lenta”</p>	<p>YOU TUBE <ul style="list-style-type: none"> . No conoce el canal . No está suscripto </p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: No muy seguido</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Agenda del fin de semana, Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Foto, Mapa de la ciudad</p>	
<p>La continua utilizando:</p>	<p>Cantidad de tiempo que</p>	<p>Si tenés dudas sobre la</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus</p>	

<p>“Últimamente la uso poco. Por ahí en algún concurso de recitales. También cuando había abonos de bici pública”.</p>	<p>creo que la utiliza: Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail” Califica la respuesta como: “Buena, podrían responder más rápido porque perdí entradas” Tema de la consulta: ¿Puedo usar dos beneficios juntos? (Ejemplo, 2x1 y entrada gratis)</p>		<p>conocidos?: Sí ¿Por qué? “Porque es útil”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Cuando me entero que hay algún evento que me gusta, me fijo si hay sorteo de entradas”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Agenda, Beneficios ¿Por qué?: “Interés personal”</p>				
	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?: No muy seguido</p>				

	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: La Florida, Galpón de la Música, Centro de las Juventudes ¿Por qué? “Son espacios públicos donde siempre hay actividades entretenidas y culturales para realizar”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Ahorro económico”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Entradas a recitales y abono para usar bicis públicas. Califica los beneficios como: . “Buenos” . “Pocos”				


ALDANA
22 AÑOS
DISTRITO CENTRO

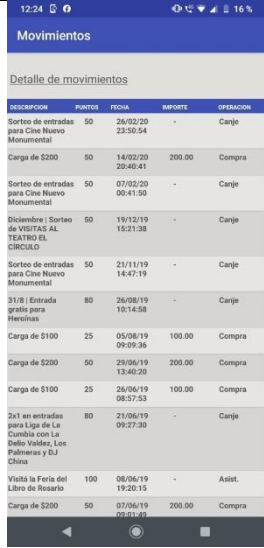
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Amigo, Conocido</p>	<p>La abre en: Casa, Trabajo, Escuela, En la calle</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM</p> <ul style="list-style-type: none"> . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Mencionar la cuenta en tus redes (arrobar) . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 5 y 10 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se pública en Instagram?: "Aburrida la verdad" 	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: "Porque me parece útil para tener cosas gratis"</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: "Porque me ayuda a desplazarme con facilidad"</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Ocasionalmente ¿Por qué? "Porque a veces no entiendo mucho"</p>	<p>YOU TUBE</p> <ul style="list-style-type: none"> . No conoce el canal . No está suscripto 	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Cursos</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: Más de una vez al día</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail ¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Nombre y apellido, Foto, Puntos, Mapa de la ciudad,</p>	

		Si ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Nuevos beneficios		Direcciones exactas	
La continua utilizando: “Porque tiene cosas interesantes”	Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos	Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail” Califica la respuesta como: “Nunca me respondieron” Tema de la consulta: ¿Cómo accedo al beneficio?		¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Porque es útil y de buen manejo”	
Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario	Rutina de uso: “Entro a la app, seleccionó agenda y veo los eventos que hay para ir en esos días, sumar puntos y canjear”			Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí	
	Funciones utilizas más: Sumar puntos, Beneficios ¿Por qué?: “Por conveniencia”				
	¿Con qué frecuencia sumas				

	puntos?: Más de una vez al día				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Centro de las Juventudes. ¿Por qué? "Porque me llama la atención".				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: "Porque es atractivo y una buena idea"				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Por ir a lugares gratis Califica los beneficios como: . "Muy buenos" . "Podrían tener más porque algunos se repiten y otros se agotan rápido"				


CLARISA FITTIPALDI
25 AÑOS
DISTRITO CENTRO

DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Trabajo</p>	<p>La abre en: Casa, Trabajo, Punto Movi Joven, Evento</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Mencionar la cuenta en tus redes (arrobar) . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Repetitiva, y no tiene relación con la app”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Porque quería entradas gratis/2x1 para recitales y el cine”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Para ver los nuevos beneficios o para sumar puntos si estoy en un espacio MJ o en un evento”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Casi nunca ¿Por qué? “Porque por ahora me viene andando lo más bien (puede ser que sea porque no la uso seguido)”</p>	<p>YOU TUBE . Conoce el canal . Está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Artes Escénicas, Cine</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: No muy seguido</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app:</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación</p>	

		<p>Mail, Instagram</p> <p>¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p> <p>Si</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer?</p> <p>Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>contenga?:</p> <p>Imágenes específicas de cada lugar, Imágenes específicas de cada beneficio, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando:</p> <p>“Porque estoy esperando que termina el tema de la pandemia y tener entradas gratis/2x1 para recitales y el cine”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza:</p> <p>Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas?</p> <p>“Mando un mensaje privado por Instagram”</p> <p>Califica la respuesta como:</p> <p>“Tardan, así que mala”</p> <p>Tema de la consulta:</p> <p>No puede cargar puntos, ¿Puedo usar dos beneficios juntos? (Ejemplo, 2x1 y entrada gratis)</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?:</p> <p>Si</p> <p>¿Por qué?</p> <p>Porque está bueno para que ellos también puedan tener entradas gratis y 2x1 para cine, teatro y recitales</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso:</p> <p>Entro a la app, selecciono beneficios, selecciono la pestaña de cine y después la de música, veo todos los que hay y si hay alguno que me interese lo canjeo</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?:</p> <p>Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más:</p> <p>Sumar puntos, Beneficios</p> <p>¿Por qué?:</p> <p>“Porque son los que me sirven para tener las entradas gratis”</p>				

	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?: No muy seguido</p>				
	<p>Obtiene sus puntos a través de: Yendo a puntos Movi Joven (museos, teatros, La Florida, etc.)</p>				
	<p>Puntos Movi Joven a los que más asiste: Teatros, Galpón de la Música, Centro de las Juventudes, Centro de Expresiones Contemporáneas ¿Por qué? "Porque son los lugares que más voy en mi vida diaria"</p>				
	<p>Motivo/s por lo que canjea sus puntos: "A veces quiero ir a un evento o cine y no tengo la plata para hacerlo porque está caro. Entonces aprovecho a canjear alguno que me permita ir gratis o tener un descuento del 50% (si agarro un 2x1 y voy con una amiga)"</p>				
	<p>Beneficios por los que canjea sus puntos: Entradas gratis para recitales y cine y 2x1 Califica los beneficios como: . "Interesantes" . "No hay ninguno ahora"</p>				

ELINA
26 AÑOS
DISTRITO NORTE


DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL																																																							
<p>Conoció la app por: Amigo</p>	<p>La abre en: Casa, Trabajo, Punto Movi Joven, En la calle, Evento</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM <ul style="list-style-type: none"> . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Reaccionar a las historias . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: "Mala calidad" </p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	 <p>The screenshot shows the 'Mis puntos' (My points) screen of an app. At the top, there is a blue header with a back arrow and the text 'Mis puntos'. Below this, there is a piggy bank icon and the number '1833' followed by 'puntos'. A link 'Ver detalle de puntos' is visible. At the bottom, there is a blue button that says 'BENEFICIOS CERCA TUYO'. Below the main screen, there is a section titled 'Detalle de movimientos' with a table of transactions.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCION</th> <th>PUNTOS</th> <th>FECHA</th> <th>IMPORTE</th> <th>OPERACION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carga de \$100 públicas</td> <td>25</td> <td>01/11/18 10:12:02</td> <td>100.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos</td> <td>60</td> <td>31/10/18 13:01:18</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Visita al centro de las juventudes</td> <td>100</td> <td>31/10/18 13:01:08</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Visita al centro de las juventudes</td> <td>100</td> <td>29/10/18 13:09:26</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos</td> <td>60</td> <td>29/10/18 10:21:55</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Visita al centro de las juventudes</td> <td>100</td> <td>23/10/18 11:15:50</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>DICIEMBRE Visita el CEC</td> <td>60</td> <td>23/10/18 11:13:10</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>Visita al centro de las juventudes</td> <td>100</td> <td>22/10/18 09:18:09</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos</td> <td>60</td> <td>22/10/18 09:17:37</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> <tr> <td>DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos</td> <td>60</td> <td>18/10/18 13:18:09</td> <td>-</td> <td>Asist.</td> </tr> </tbody> </table>	DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION	Carga de \$100 públicas	25	01/11/18 10:12:02	100.00	Compra	DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	31/10/18 13:01:18	-	Asist.	Visita al centro de las juventudes	100	31/10/18 13:01:08	-	Asist.	Visita al centro de las juventudes	100	29/10/18 13:09:26	-	Asist.	DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	29/10/18 10:21:55	-	Asist.	Visita al centro de las juventudes	100	23/10/18 11:15:50	-	Asist.	DICIEMBRE Visita el CEC	60	23/10/18 11:13:10	-	Asist.	Visita al centro de las juventudes	100	22/10/18 09:18:09	-	Asist.	DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	22/10/18 09:17:37	-	Asist.	DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	18/10/18 13:18:09	-	Asist.
DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION																																																								
Carga de \$100 públicas	25	01/11/18 10:12:02	100.00	Compra																																																								
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	31/10/18 13:01:18	-	Asist.																																																								
Visita al centro de las juventudes	100	31/10/18 13:01:08	-	Asist.																																																								
Visita al centro de las juventudes	100	29/10/18 13:09:26	-	Asist.																																																								
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	29/10/18 10:21:55	-	Asist.																																																								
Visita al centro de las juventudes	100	23/10/18 11:15:50	-	Asist.																																																								
DICIEMBRE Visita el CEC	60	23/10/18 11:13:10	-	Asist.																																																								
Visita al centro de las juventudes	100	22/10/18 09:18:09	-	Asist.																																																								
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	22/10/18 09:17:37	-	Asist.																																																								
DICIEMBRE Actividades en el Centro de Estudios Latinoamericanos	60	18/10/18 13:18:09	-	Asist.																																																								
<p>Decidió bajarla: "Decidí descargarla por los beneficios que podía obtener a cambio de usar el transporte público y asistir a eventos culturales de la ciudad, que es algo que hago mucho"</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: "A veces para chequear que la app está funcionando correctamente y así corroborar los puntos que sumé y otras veces para cargar puntos en algún punto movi joven. Otras para descubrir qué beneficios hay durante la semana y cuáles eventos disponibles en la ciudad."</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: A veces ¿Por qué? "No existe una opción para dejar comentarios o consultas frente a un suceso"</p>	<p>YOU TUBE <ul style="list-style-type: none"> . Conoce el canal . No está suscripto </p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Recreación, Insumos, Eventos, Cursos</p>																																																								

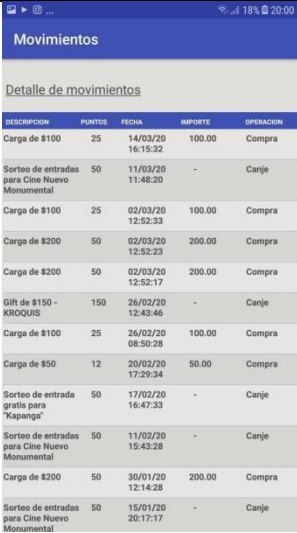
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: No muy seguido</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? “Si, es con eso que puedo ver donde sumar puntos para canjear “ ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Nombre y apellido, Foto, Puntos, Imágenes específicas de cada lugar, Imágenes específicas de cada beneficio, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando: “Actualmente me dedico a sumar puntos con el fin de canjearlos por un beneficio de gran interés para mí”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail, Mando un mensaje privado por Instagram” Califica la respuesta como: “No me ayudaron con mis dudas” Tema de la consulta: ¿Cómo accedo al beneficio?, No me llegó el mail que me dijeron. No me funciona la aplicación, No puede cargar puntos</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Porque a fin de cuentas es una propuesta municipal distinta y atractiva para ciertas cuestiones”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Por lo general entro a la app y chequeo los puntos que tengo para ver si al encontrar beneficios que me gusten puedo obtenerlos en ese preciso momento, sino tengo que ir a agenda y ver qué evento o qué lugar (entidad) que se encuentre</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	

	más cerca me otorga la cantidad que necesito”.				
	Funciones utilizas más: Sumar puntos, Agenda, Mis puntos, Beneficios ¿Por qué?: “Por los beneficios que uno puede obtener a través de la sumatoria de puntos”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: No muy seguido				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Mercado del Patio, Esquina Santa Fe, Pasaje Pan ¿Por qué? “Porque son lugares que suelo frecuentar por otras actividades que realizo”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “El nivel de interés que me genere. Todo depende de gustos personales. Me atraen más los eventos musicales o recreativos al aire libre”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: “Recreativos al aire libre o musicales” Califica los beneficios como:				

	. "Buenos, aunque podrían tener más" . "Repetitivos"				
--	---	--	--	--	--


PAULA
19 AÑOS
DISTRITO SUR

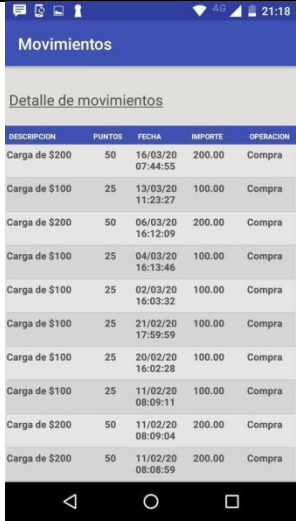
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Amigo</p>	<p>La abre en: Casa</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM <ul style="list-style-type: none"> . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Participar de los beneficios disponibles . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos. . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: "Ya cansan siempre subiendo lo mismo y encima suben y no responden los mensajes privados que les mande" </p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen Facebook e Instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: "Porque vi que con ella podría sumar puntos y así canjear por beneficios que personalmente me interesan (una entrada al cine, al teatro, 1 mes de bicis)."</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: "Para ver los puntos que tengo y ver porque podré canjearlos"</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: A veces ¿Por qué? "Sólo en un momento tuve un inconveniente con la entrega de 1 beneficio pero se resolvió pronto"</p>	<p>YOU TUBE <ul style="list-style-type: none"> . No conoce el canal . No está suscripto </p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Bicis, Artes Escénicas, Librerías</p>	
<p>La utiliza:</p>	<p>Frecuencia:</p>	<p>Medios por los cuales recibe</p>		<p>¿Qué datos crees que son</p>	

Un año	Más de una vez a la semana	noticias sobre la app: Mail ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? “Si, pero igual no vienen informando mucho” ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Agenda del fin de semana, Nuevos beneficios		necesarios que la aplicación contenga?: Nombre y apellido, Foto, Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada lugar	
La continua utilizando: “Porque me resultan útiles los canjes que puedo hacer con la misma.”	Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 1 y 3 minutos	Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail” Califica la respuesta como: “Mala” Tema de la consulta: ¿Cómo accedo al beneficio? No me llego el mail que me dijeron		¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Porque como a mí me resulta útil e interesante, consideró que es importante que a los amigos/conocidos también les resulte inútil e interesante”	
Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario	Rutina de uso: “Entró a la app, veo que eventos hay y si alguno me interesa lo utilizo”			Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí	
	Funciones utilizas más: Beneficios ¿Por qué?: “Porque me brinda eventos que me resultan interesantes.”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?:				

	No muy seguido				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Teatros, Mercado del Patio ¿Por qué? "Porque voy por otro motivo personal y al saber que puedo sumar puntos lo hago."				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: "Lo que me motiva es que por ejemplo tener 1 mes de bicis gratis, es una ayuda económica. Canjear por una entrada al cine o teatro también es algo que me gusta y agrada"				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: 1 mes de bicis gratis Entradas al cine Entradas al teatro Califica los beneficios como: . "Interesantes" . "Pocos y siempre los mismos, se terminan rápido"				


ANA PAULA
28 AÑOS
DISTRITO CENTRO


DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Trabajo</p>	<p>La abre en: Casa, Trabajo</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios, Eventos de la semana . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posteos, Responder las historias, Reaccionar a las historias, Participar de los beneficios disponibles . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 5 y 10 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Es linda a la vista, es decir, llamativa, me gusta”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Porque asisto a lugares donde están los Bitcoin para la carga de los puntos.”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Porque recuerdo que lo tengo para visualizar los puntos o canjes”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Casi siempre ¿Por qué? “Porque a veces la abrís y no te reconoce como usuarios y la tenés que estar cerrando y abriendo”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Cine, Librerías, Eventos, Cursos</p>	

<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: No muy seguido</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail, Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana, Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada beneficio, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando: “Actualmente, no he canjeado los puntos”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail” Califica la respuesta como: “Me respondieron tarde y perdí el beneficio” Tema de la consulta: ¿Cómo accedo al beneficio? No me llegó el mail que me dijeron, ¿Puedo usar dos beneficios juntos? (Ejemplo, 2x1 y entrada gratis)</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Porque el rango de edad para el cual está desarrollado es la edad de mis amigos y amigas y creo que es muy interesante por promover la cultura de la ciudad y este medio lo permite”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Entro app, mis puntos, beneficios para canjear”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Mis puntos, Beneficios ¿Por qué?: “Porque me gusta canjear por beneficios de música /</p>				

	recitales / sorteos me divierten”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Una vez a la semana				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Mercado del Patio ¿Por qué? “Me queda cerca de casa”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Porque suelen ofrecer muy buenas ofertas”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Recitales /sorteos Califica los beneficios como: . “Me gustan” . “Vienen siendo siempre los mismos”				


EMANUEL
29 AÑOS
DISTRITO CENTRO

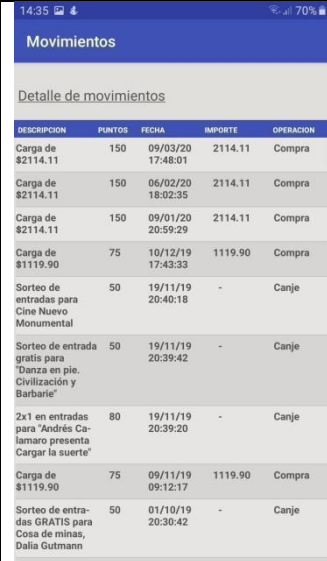
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Redes</p>	<p>La abre en: Casa, Trabajo, En la calle</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Comentar los posts . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 5 y 10 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “No tiene nada que ver con la app, en una suben una cosa y en la otra, otra cosa”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen Facebook e Instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Por lo premios y beneficios”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Para ver los sorteos”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Ocasionalmente ¿Por qué? “A veces en el Instagram dicen que hay sorteos que después no están, cómo fue la entrada de Calamaro”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Artes Escénicas, Cine, Librerías, Insumos</p>	
<p>La utiliza: Un año</p>	<p>Frecuencia: Una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Instagram</p>	<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?:</p>		

		<p>¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada beneficio</p>	
<p>La continua utilizando: “Porque al cargar la tarjeta Movi me suma puntos para obtener premios”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mensaje privado por Instagram”</p> <p>Califica la respuesta como: “Por su respuesta perdí el beneficio, porque no me llevo el mail”</p> <p>Tema de la consulta: No me llevo el mail que me dijeron</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si</p> <p>¿Por qué? “Por los sorteos”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Entró y voy a ver la sección de Beneficios, muy pocas veces la agenda de eventos”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Mis puntos, Beneficios</p> <p>¿Por qué?: “Porque me interesa solamente eso de la aplicación”</p>				
	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Una vez a la semana</p>				

	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Museos, Teatros, Mercado del Patio ¿Por qué? “Son los que me interesan y me quedan cerca de donde vivo”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “La posibilidad de ganar entradas gratuitas”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Entradas de cine, teatro Califica los beneficios como: . “Están buenos” . “Se terminan rápido, le hacen publicidad y ya no están”				


VILMA
25 AÑOS
DISTRITO OESTE

DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Redes</p>	<p>La abre en: Punto Movi Joven</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . Casi nunca interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios, Eventos de la semana . Acciones que realiza: Dar like . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 5 y 10 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: Siempre lo mismo suben</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Texto, Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Porque me dio curiosidad al principio la baje y la comencé a usar”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Porque ahí podía obtener puntos”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Ocasionalmente ¿Por qué? “Porque cuando voy a los lugares de puntos no funcionan”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis, Recreación, Artes Escénicas</p>	
<p>La utiliza: Hace más de un año</p>	<p>Frecuencia: Más de una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail ¿Te resulta útil enterarte de las novedades? Si</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Nombre y apellido, Foto, Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de</p>	

		<p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana, Nuevos beneficios, Sorteos</p>		<p>cada lugar, Imágenes específicas de cada beneficio, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando: “Actualmente la deje de utilizar ya que no veo beneficios que pueda utilizar. Ya que ha cambiado mucho años anteriores. En el 2018 tenía muchísimos beneficios obtenía puntos los canjeaba y entraba a los sorteos”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 5 y 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? “Mando un mail” Califica la respuesta como: “Lenta, venía funcionando súper mal y tenían pocas cosas” Tema de la consulta: No me llego el mail que me dijeron</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Porque antes tenía buenos beneficios, si la modifican o le dieran más bola a la app en sí misma, que al Instagram, si”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Entraba a la app seleccionaba agenda y vea que eventos y beneficios podía canjear mis puntos”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Sumar puntos, Mis puntos, Beneficios ¿Por qué?: “Porque veo que eventos estaban disponibles para sumar puntos y canjear por cosas gratis”</p>				
	<p>¿Con qué frecuencia sumas</p>				

	puntos?: Una vez a la semana				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Mercado del Patio ¿Por qué? "Porque a la facultad que me queda hay cerca"				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: "Porque sumo puntos y puedo canjearlos"				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Por eventos teatro o libros Califica los beneficios como: . "Muy buenos" . "Se repiten muchos y los copados se terminan rápido"				


MARTINA
28 AÑOS
DISTRITO CENTRO

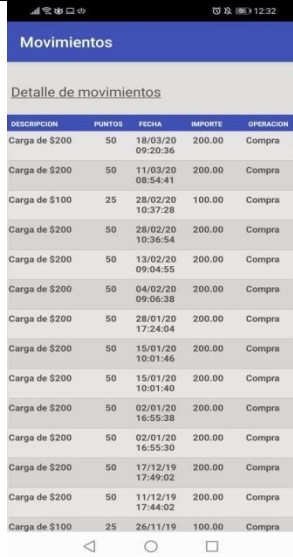
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Trabajo</p>	<p>La abre en: Casa, Punto Movi Joven, En la calle</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM <ul style="list-style-type: none"> . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: "Aburrido ya, es igual a todo lo que suben parecen posteos viejos" </p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen facebook e instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: "Por los beneficios y la información de eventos"</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: "Por beneficios exclusivos y suma de puntos"</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: Ocasionalmente ¿Por qué? "Porque me gustaría que se accedan a más beneficios de utilización de bicis públicas"</p>	<p>YOU TUBE <ul style="list-style-type: none"> . No conoce el canal . No está suscripto </p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis, Cine, Librerías, Insumos</p>	
<p>La utiliza: Varios meses</p>	<p>Frecuencia: Una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail, Instagram ¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Nombre y apellido, Puntos, Mapa de la ciudad,</p>	

		<p>Si</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer?</p> <p>Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana, Sorteos</p>		Direcciones exactas	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCION</th> <th>PUNTOS</th> <th>FECHA</th> <th>IMPORTE</th> <th>OPERACION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carga de \$200</td> <td>50</td> <td>12/03/20 17:57:37</td> <td>200.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Giftcard de \$100 en vinilos</td> <td>80</td> <td>11/03/20 08:47:48</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental</td> <td>50</td> <td>11/03/20 08:46:50</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$200</td> <td>50</td> <td>04/03/20 15:31:23</td> <td>200.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental</td> <td>50</td> <td>03/03/20 10:53:02</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental</td> <td>50</td> <td>26/02/20 21:44:09</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$100</td> <td>25</td> <td>19/02/20 12:33:13</td> <td>100.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$200</td> <td>50</td> <td>19/02/20 12:33:07</td> <td>200.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental</td> <td>50</td> <td>18/02/20 14:04:29</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> <tr> <td>Carga de \$200</td> <td>50</td> <td>12/02/20 17:55:31</td> <td>200.00</td> <td>Compra</td> </tr> <tr> <td>Sorteo de entradas</td> <td>50</td> <td>11/02/20</td> <td>-</td> <td>Canje</td> </tr> </tbody> </table>	DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION	Carga de \$200	50	12/03/20 17:57:37	200.00	Compra	Giftcard de \$100 en vinilos	80	11/03/20 08:47:48	-	Canje	Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	11/03/20 08:46:50	-	Canje	Carga de \$200	50	04/03/20 15:31:23	200.00	Compra	Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	03/03/20 10:53:02	-	Canje	Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	26/02/20 21:44:09	-	Canje	Carga de \$100	25	19/02/20 12:33:13	100.00	Compra	Carga de \$200	50	19/02/20 12:33:07	200.00	Compra	Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	18/02/20 14:04:29	-	Canje	Carga de \$200	50	12/02/20 17:55:31	200.00	Compra	Sorteo de entradas	50	11/02/20	-	Canje
DESCRIPCION	PUNTOS	FECHA	IMPORTE	OPERACION																																																													
Carga de \$200	50	12/03/20 17:57:37	200.00	Compra																																																													
Giftcard de \$100 en vinilos	80	11/03/20 08:47:48	-	Canje																																																													
Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	11/03/20 08:46:50	-	Canje																																																													
Carga de \$200	50	04/03/20 15:31:23	200.00	Compra																																																													
Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	03/03/20 10:53:02	-	Canje																																																													
Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	26/02/20 21:44:09	-	Canje																																																													
Carga de \$100	25	19/02/20 12:33:13	100.00	Compra																																																													
Carga de \$200	50	19/02/20 12:33:07	200.00	Compra																																																													
Sorteo de entradas para Cine Nuevo Monumental	50	18/02/20 14:04:29	-	Canje																																																													
Carga de \$200	50	12/02/20 17:55:31	200.00	Compra																																																													
Sorteo de entradas	50	11/02/20	-	Canje																																																													
<p>La continua utilizando:</p> <p>“Por los beneficios y la información de eventos”</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza:</p> <p>Entre 5 y 10 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas?</p> <p>“Mando un mail”</p> <p>Califica la respuesta como:</p> <p>“No ayudaron la verdad”</p> <p>Tema de la consulta:</p> <p>¿Cómo accedo al beneficio?</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?:</p> <p>Si</p> <p>¿Por qué?</p> <p>“Es muy práctica y los beneficios son muy buenos”</p>																																																													
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso:</p> <p>“Entro a la.app voy a la agenda, miro beneficios semanales canjeo puntos para sorteo de entrada al cine”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?:</p> <p>Sí</p>																																																													
	<p>Funciones utilizas más:</p> <p>Sumar puntos, Agenda, Mis puntos</p> <p>¿Por qué?:</p> <p>“Por el canje de puntos, para poder obtener puntos y así beneficios”</p>																																																																

	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Una vez a la semana</p>				
	<p>Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo</p>				
	<p>Puntos Movi Joven a los que más asiste: Museos, Teatros, La Florida, Esquina Santa Fe ¿Por qué? "Porque son los más allegados a mis actividades"</p>				
	<p>Motivo/s por lo que canjea sus puntos: El vine, eventos y sorteos</p>				
	<p>Beneficios por los que canjea sus puntos: Cine, música y bicis públicas Califica los beneficios como: . "Pocos" . "Buenos"</p>				


LUCIA
25 AÑOS
DISTRITO OESTE

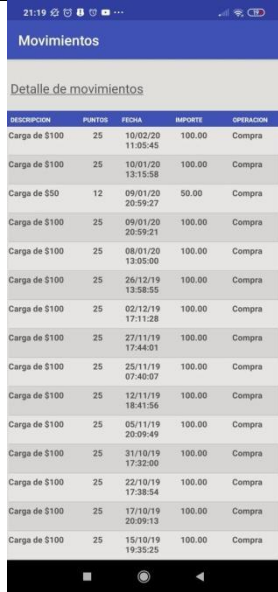
DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Trabajo</p>	<p>La abre en: Punto Movi Joven</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM</p> <ul style="list-style-type: none"> . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like . Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Las imágenes que publican son siempre las mismas, ya no sabes si es nuevo o viejo” 	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen Facebook e Instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Por los beneficios, quería ahorrar plata y me la recomendaron por eso”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “Para sumar puntos”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: A veces ¿Por qué? “Porque quiero cargar puntos y se tilda y no me reconoce a veces como usuario”</p>	<p>YOU TUBE</p> <ul style="list-style-type: none"> . No conoce el canal . No está suscripto 	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Bicis, Cine, Librerías, Insumos</p>	
<p>La utiliza: Más de un año</p>	<p>Frecuencia: Una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app: Mail, Instagram</p> <p>¿Te resulta útil enterarte de</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación contenga?: Direcciones exactas</p>	

		<p>las novedades? Si ¿Cuál es la información que más te interesa conocer? Eventos que sumen puntos, Beneficios, Sorteos</p>			
<p>La continua utilizando: Por los beneficios</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza: Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas? Mando un mail Califica la respuesta como: Tardaron en responder Tema de la consulta: “No me llego el mail que me dijeron”</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?: Si ¿Por qué? “Es muy práctica pero está mal administrada creo yo, porque la podrían explotar al máximo”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso: “Entro a la app voy a ver los beneficios y de ahí veo cuantos puntos tengo para canjearlos, o veo los eventos para después ir y sumar puntos y alcanzar los beneficios más rápido”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?: Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más: Sumar puntos, Agenda, Mis puntos ¿Por qué?: “Para ver cuánto tengo y si llego al beneficio que</p>				

	quiero”				
	¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Una vez a la semana				
	Obtiene sus puntos a través de: Carga de tarjeta de colectivo				
	Puntos Movi Joven a los que más asiste: Mercado del patio ¿Por qué? “Porque me queda cerca”				
	Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Para ahorrar”				
	Beneficios por los que canjea sus puntos: Música y bicis públicas Califica los beneficios como: . “Siempre son los mismos y hay pocos por eso se terminan rápido” . “Buenos, tienen muy buenos sorteos pero los hacen de una hora para otra y nadie llega a participar si no lo viste antes”				

**CAMILA
23 AÑOS
DISTRITO OESTE**

DATOS	RITUALIDAD DE LAS PRÁCTICAS	RELACIÓN USUARIOS E INFORMACIÓN	REDES SOCIALES	PROPUESTA DE MEJORA	ETNOGRAFÍA VIRTUAL
<p>Conoció la app por: Amigo</p>	<p>La abre en: Punto Movi Joven</p>	<p>Funcionamiento de la aplicación: Fácil</p>	<p>INSTAGRAM . Sigue la cuenta de Instagram . A veces interactúa . Información que recibe por este medio: Nuevos sorteos, Nuevos beneficios . Acciones que realiza: Dar like, Reaccionar a las historias, Participar de los beneficios disponibles. Promedio de tiempo que le dedica: Entre 1 y 3 minutos . ¿Cómo calificarías la información que se publica en Instagram?: “Vienen posteando siempre lo mismo y no hay casi beneficios”</p>	<p>¿En qué formato te gustaría recibir noticias? (Se dieron opciones a tener en cuenta): Notificación propia de la app (como tienen Facebook e Instagram)</p>	
<p>Decidió bajarla: “Porque daba beneficios útiles”</p>	<p>Decide abrirla en esos lugares: “En los puntos movi joven para poder recargar puntos, al igual que en eventos. En la calle para usar algún eventual beneficio y en mi casa para ver eventos y canjear puntos”</p>	<p>¿Te encontrás con limitaciones para usar la aplicación?: A veces ¿Por qué? “A veces tengo problemas para sumar puntos”</p>	<p>YOU TUBE . No conoce el canal . No está suscripto</p>	<p>Beneficios que más le interesan conocer: Música, Bicis, Librerías, Eventos, Cursos</p>	
<p>La utiliza: Más de un año</p>	<p>Frecuencia: Una vez a la semana</p>	<p>Medios por los cuales recibe noticias sobre la app:</p>		<p>¿Qué datos crees que son necesarios que la aplicación</p>	

		<p>Mail, Instagram</p> <p>¿Te resulta útil enterarte de las novedades?</p> <p>Si</p> <p>¿Cuál es la información que más te interesa conocer?</p> <p>Eventos que sumen puntos, Agenda del fin de semana, Sorteos</p>		<p>contenga?:</p> <p>Nombre y apellido, Puntos, Mapa de la ciudad, Imágenes específicas de cada lugar, Direcciones exactas, Horarios de los establecimientos</p>	
<p>La continua utilizando:</p> <p>Por los beneficios</p>	<p>Cantidad de tiempo que cree que la utiliza:</p> <p>Entre 1 y 3 minutos</p>	<p>Si tenés dudas sobre la aplicación: ¿Cómo la despejas?</p> <p>“Mando un mail”</p> <p>Califica la respuesta como:</p> <p>“No me pudieron dar respuestas”</p> <p>Tema de la consulta:</p> <p>“¿Cómo accedo al beneficio?, No puede cargar puntos, ¿Puedo usar dos beneficios juntos? (Ejemplo, 2x1 y entrada gratis)”</p>		<p>¿Se la recomendarías a tus conocidos?:</p> <p>Si</p> <p>¿Por qué?</p> <p>“Porque creo que les va a ser útil también”</p>	
<p>Conoce otras aplicaciones de la Municipalidad de Rosario</p>	<p>Rutina de uso:</p> <p>“Entró a la app solo porque me encuentro en algún lugar, que sé que logró sumar puntos por haber estado antes, porque sinceramente muchas veces no están bien señalizados los espacios Movi Joven o los carteles de la señalética no están muy visibles”</p>			<p>Si estuviera habilitada la función de notificaciones en la aplicación para informarte sobre nuevos beneficios cargados o sorteos disponibles ¿te resultaría útil?:</p> <p>Sí</p>	
	<p>Funciones utilizas más:</p> <p>Sumar puntos, Agenda, Mis</p>				

	<p>puntos</p> <p>¿Por qué?: “Para ver cuánto tengo y si llego al beneficio que quiero”</p>				
	<p>¿Con qué frecuencia sumas puntos?: Una vez a la semana</p>				
	<p>Obtiene sus puntos a través de: Yendo a puntos Movi Joven (museos, teatros, La Florida, etc.)</p>				
	<p>Puntos Movi Joven a los que más asiste: Bares culturales, Bibliotecas, La Florida, Mercado del Patio, Galpón de la Música</p> <p>¿Por qué? “Porque son los lugares que suelo frecuentar”</p>				
	<p>Motivo/s por lo que canjea sus puntos: “Porque casi siempre obtengo los beneficios y son actividades que realmente me interesan”</p>				
	<p>Beneficios por los que canjea sus puntos: “Los canjeo con 2x1, carga de tarjeta para la bici, sorteos de entradas”</p> <p>Califica los beneficios como: . “Vienen siendo super malos la verdad” . “En la app no están</p>				

	subiendo nada y tienen todo dedicado al Instagram y gana cualquier persona, con o sin app"				
--	--	--	--	--	--

CONTINUARÁ...

