

Universidad Nacional de San Luis

Facultad de Ciencias Humanas



Carrera: Licenciatura en Comunicación Social

OBJETO DE CREACIÓN

Tema: Diseño y desarrollo de webs de universidades:
"Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas
de la Universidad Nacional de San Luis".

Estudiante: María Julieta González Salinas

DNI: 32.159.453

Registro: 40-460-05

Directora: Mgter. Ana Silvina Maldonado

San Luis- 2021

ÍNDICE

RESUMEN DEL TRABAJO	3
RESUMEN EN INGLÉS.....	4
PÁGINA DE INICIO	5
Presentación y conformación de la idea	5
CAPÍTULO 1: ALCANCE Y ANTECEDENTES DEL TRABAJO.....	11
Objetivos trazados para este Objeto de Creación.....	11
1.1 Objetivo general.....	11
1.2 Objetivos específicos.....	11
Fuentes	11
Fuentes primarias	11
1.3 Documentales	11
1.4 Investigaciones relacionadas con la temática	14
Fuentes secundarias.	19
1.5 Trabajos afines de otras unidades académicas.....	19
CAPÍTULO 2: RECORRIDO CONCEPTUAL	24
Definiciones teóricas para delimitar el Objeto de Creación	24
2.1 Perspectiva comunicacional.....	24
2.2 Interacción, coordinación y cooperación.....	27
2.3 Webs de Universidades.....	30
2.4 Preproducción, Producción y Posproducción	34
CAPÍTULO 3: FASES, CRITERIOS Y HERRAMIENTAS.....	37
Aspectos metodológicos del Objeto de creación	37
Primera Etapa: Relevamiento exploratorio y descriptivo	38
3.1 Criterios de selección y análisis de la muestra.....	38
3.2 Instrumento metodológico de relevamiento de Universidades	45
CAPÍTULO 4: RELEVAMIENTO Y ANÁLISIS DE WEBS	53
Navegabilidad, visualización y observaciones preliminares	53
4.1 Tipos de estructuras generales	53
4.2 Index y observaciones preliminares.....	55
Observaciones generales de las webs de Universidades.....	68

CAPÍTULO 5: ETAPAS DEL DESARROLLO..... 71

Diseño y elaboración de la propuesta modelo71

Segunda Etapa: Diseño y elaboración de la página web de la FCH. 71

5.1 La Preproducción	71
5.1.1 Selección del tema	72
5.1.2 Objetivos	73
5.1.3 Público.....	74
5.1.4 Contenidos	74
5.1.5 Navegación.....	77
5.1.6 Visualización.....	77
5.2 La Producción	82
5.2.1. Contenidos	82
5.2.2 Tema	83
5.2.3 Recursos	86
5.2.4 Colores en la web	90
5.2.5 Tipografía adecuada.....	92
5.2.6 Diseño gráfico	93
5.2.7 Armado y diseño del objeto	93
Storyboard web actual de la FCH	94
Storyboard páginas internas de la FCH	96
Institucional.....	96
Secretarías.....	96
Oferta académica	97
Docentes	97
Alumnos	98
Ingreso	98
Publicaciones	99
Servicios/Centros	99
Accesibilidad Académica	100

CAPÍTULO 6: DISEÑO, VISUALIZACIÓN Y NAVEGABILIDAD SIN EXCLUSIONES 101

Modelo de web creado para este Trabajo Final 101

6.1 Cabecera	101
6.2 Cuerpo.....	102
6.3 Mapa de navegación	103
6.4 Visualización.....	104

Encabezado y pie de página 104

Seccionado 108

6.5 Guías visuales	112
6.6 Páginas fijas e internas.....	112
6.6.1 Página fija: Institucional	114
6.6.2 Páginas internas Institucional	115
6.6.3 Página fija: Carreras	121
6.6.4 Páginas internas Carreras.....	122

6.6.5 Página fija: Ingreso	124
6.6.6 Páginas internas Ingreso	125
6.6.7 Página fija Docentes	128
6.6.8 Página fija Estudiantes	129
6.6.9 Página fija UNSL	132
Tercera Etapa: Validación del modelo de web de la FCH.....	133
PIE DE PÁGINA	134
Observaciones finales a modo de cierre	134
BIBLIOGRAFÍA	137
WEBGRAFÍA	138

RESUMEN DEL TRABAJO

Título del trabajo final: **Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".**

El presente Trabajo Final para alcanzar el título de Licenciada en Comunicación Social es un Objeto de Creación, según lo establece la Ordenanza CD N° 6/11 que reglamenta Tesis, Trabajos Finales y Residencias. Se propone como modelo de actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis (FCH-UNSL) (www.humanas.unsl.edu.ar)

Este Objeto de Creación es un modelo de página web de universidad sin atribuciones comerciales, compuesto por 32 (treinta y dos) páginas totales.

La propuesta se plantea desde el paradigma de la Comunicación Estratégica. Metodológicamente se partió de un relevamiento exploratorio y descriptivo de diez webs institucionales de Universidades, realizado en agosto de 2021. Las variables de selección de la muestra fueron dos. La primera estableció que las webs debían ser de Facultades con la carrera Licenciatura en Comunicación Social dentro de sus planes de estudio y que pertenecieran a Universidades Públicas de Argentina. La segunda fue una variable de tipo geográfica. Los criterios que se analizaron fueron: sujetos intervinientes, contenidos y acciones de los y las usuarios/as.

En cuanto a la arquitectura de la web, se tomaron como referencia las pautas de Imagen Institucional establecidas por la Secretaría de Comunicación Institucional (UNSL). Para el diseño y desarrollo del modelo se emplearon softwares libres en un escenario en el que internet ofrece variedad de herramientas para que los y las usuarios/as puedan generar productos destinados a la web.

Palabras claves: Comunicación, web institucional, Universidades, software libre

RESUMEN EN INGLÉS

Final Paper: Design and development of university websites: "Update of the website of the Faculty of Human Sciences of the National University of San Luis".

The present Final Work to achieve the title of Degree in Social Communication is an Object of Creation, as established by Ordinance CD N° 6/11 that regulates Theses, Final Works and Residencies. It is proposed as a model for updating the website of the Faculty of Human Sciences of the National University of San Luis (FCH-UNSL) (www.humanas.unsl.edu.ar)

This Object of Creation is a model university website with non-commercial attributions, composed of 32 (thirty-two) total pages.

The proposal is based on the Strategic Communication paradigm. Methodologically, an exploratory and descriptive survey of ten institutional websites of Universities, which was conducted in August 2021. The sample selection variables were two. The first established that the websites should be from Faculties with a degree in Social Communication within their curricula and that they belong to Public Universities of Argentina. The second was a geographical variable. The criteria that were analyzed were: intervening subjects, contents and actions of users.

Regarding the architecture of the web, the Institutional Image guidelines established by the Institutional Communication Secretary (UNSL) were used as a reference. For the design and development of the model, free software was used in a scenario in which the internet offers a variety of tools so that users can generate products for the web.

Key words: Communication, institutional web, Universities, free software.

PÁGINA DE INICIO

Presentación y conformación de la idea

(...) deberíamos no sólo poder seguir vínculos, sino crearlos, entre todo tipo de medios. Deberíamos no sólo poder interactuar con otras personas, sino crear con otras personas. La intercreatividad es el proceso de hacer cosas o resolver problemas juntos. Si la interactividad no es sólo sentarse pasivamente delante de una pantalla, entonces la intercreatividad no es solo sentarse frente a algo "interactivo" (Berners-Lee, 2000)

En el año 2010 se creó la Oficina de Prensa de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis (FCH- UNSL), bajo Ordenanza CD 11/10. Este espacio se constituyó como una de las primeras acciones institucionales específicas en lo referido a la Comunicación Institucional de una dependencia de la Universidad.

Según expresa la normativa, entre sus tareas se enumeraban: articulación de estrategias internas y externas de comunicación, recopilación de información generada en departamentos y secretarías, difusión de la información institucional, registro visual, sonoro y escrito de las actividades que se realizan en la FCH, actualización de la página *web*, entre otras.

“En setiembre de 2013, con la asunción de una nueva gestión en la Facultad de Ciencias Humanas, se creyó propicio apuntalar, reforzar y dar prioridad a la comunicación institucional como instancia de diálogo entre los distintos actores que hacen al ámbito universitario y a la comunidad en general”¹.

En marzo de 2018, por medio de la Resolución F N° 105/18 se realizó un cambio a nivel estructural en la dependencia reubicando esta oficina como un área. Fue a partir de este momento que se incorporaron nuevos/as integrantes con funciones complementarias a las establecidas anteriormente y se sumaron más recursos. Ese mismo año se efectuó mi incorporación como integrante del Área de Prensa

¹ Extraído de Longo Verónica, Villazón Mariela, González Salinas María Julieta “Informe del Área de Prensa y Comunicación de la FCH, para el Proceso de Autoevaluación” (mayo de 2021). Inédito

y Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas (FCH-UNSL), equipo que integro a la actualidad.

Al iniciar este periodo el equipo en conjunto llevó adelante un diagnóstico situacional² sobre la realidad comunicacional del Área. El diagnóstico consideró entre otras cuestiones, el análisis de las estadísticas semanales que se podían extraer de las diferentes redes sociales de la Facultad, el estudio de las interacciones con la página web institucional durante semanas seleccionadas de manera aleatoria, la prueba del impacto de nuevos y diversos productos audiovisuales y sonoros, el relevamiento exhaustivo y consecuente categorización de los mails personales de docentes, algunos estudiantes referentes en la institución, nodocentes, y periodistas locales. Al promediar cada fin de cuatrimestre se realizaron consultas en los diferentes claustros para evaluar el proceso y las incorporaciones o cambios que se habían realizado desde este espacio.

Una herramienta comunicacional que se sumó en 2018 desde el Área fue la creación de nuevos perfiles institucionales en redes sociales y actualización de los existentes, Instagram y Facebook respectivamente. Por medio del análisis de las estadísticas obtenidas se identificaron prácticas y consumos de los y las jóvenes ingresantes, estudiantes, docentes, graduados/as y personal nodocente en estos espacios en internet. En consecuencia se planificaron y diseñaron contenidos diferenciados tanto para los públicos de la Facultad, como para las diferentes plataformas.

En cuanto a la evaluación de los recursos comunicacionales con los que contaba el Área de Prensa y Comunicación de la FCH, el diagnóstico situacional puso en evidencia que la página web institucional y el *site* de noticias necesitaban actualizar su diseño, a uno que se adaptara a diferentes dispositivos como teléfonos celulares y *tablets*. Esto a partir de considerar que según el Sistema de Información Cultural de la Argentina³ ([SINCA](http://www.sinca.gov.ar)), en nuestro país en 2013 apenas un 9% de la población se conectaba a internet principalmente a través del

² Longo Verónica, Villazón Mariela, González Salinas María Julieta "Informe del Área de Prensa y Comunicación de la FCH, para el Proceso de Autoevaluación" (mayo de 2021). Inédito.

³ La Encuesta Nacional de Consumos Culturales busca conocer en profundidad el comportamiento de la población argentina respecto de los hábitos y consumos culturales. La edición 2017 toma como punto de partida la encuesta realizada 2013 y otros relevamientos de la región. Disponible en: <https://www.sinca.gov.ar/Encuestas.aspx>

celular, mientras que en 2017 más del 70% se conectó todos los días vía *smartphone*.

Es decir que, si gran parte de las y los actores del ámbito universitario y la comunidad en general accedía a los contenidos informativos o emprendía gestiones propias de la vida académica desde sus dispositivos, la Facultad se encontraba frente a un obstáculo. Rápidamente se identificó la imperiosa necesidad de propiciar el acceso, circulación y consumo de contenidos institucionales desde una *web* adaptable a múltiples soportes tecnológicos y que respetara las prácticas recomendadas para garantizar la navegabilidad sin exclusiones. En septiembre de 2019 entonces, se presentó el Plan de este Objeto de Creación, aprobado según la Resolución D. N° 64/20 con fecha 2 de marzo 2020⁴.

Es propicio aclarar que en este trabajo al hacer referencia al concepto de "web institucional" se hará desde la conceptualización de Hugo Pardo Kuklinski (2005), quien establece que "es una herramienta de comunicación institucional. Producto oficial de una organización dado en la *world wide web* sin importar las características del mismo".

Ahora bien, el 19 de marzo de 2020, a una semana de haber iniciado el primer cuatrimestre, por medio del [DNU 297 / 2020 del Poder Ejecutivo Nacional \(P.E.N.\)](#), se decretó en todo el territorio argentino el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) por el estado de pandemia por CORONAVIRUS (COVID-19). En consonancia con esta disposición presidencial, la Universidad Nacional de San Luis adoptó medidas acordes para dar respuesta a las ya establecidas en el DNU, a través de las Resoluciones R. N° [389/20](#) , [398/20](#) y [401/20](#) inicialmente⁵.

Esta situación obligó a la Universidad y sus dependencias, así como también a las demás instituciones educativas locales y nacionales y en todos los niveles, a adaptar sus propuestas pedagógicas y comunicacionales. El propósito primordial fue garantizar la continuidad en la formación de sus estudiantes ya que no podrían asistir a clases presenciales, así como también propiciar y fortalecer el

⁴ Resolución de Autorización a realizar el Trabajo Final disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/202003/20200304103233_27946.pdf

⁵ Luego se emitieron Resoluciones ampliatorias de la 401/20, según se extendía el periodo de ASPO por Decreto. Estas fueron [403/20](#), [406/20](#), [408/20](#) entre otras.

acceso a la información de toda su comunidad. Frente a este escenario se emprendieron procesos de enseñanza/aprendizaje virtual, atención de consultas de toda índole, gestión de trámites entre otras tantas acciones, por medios sincrónicos y asincrónicos. Tanto las *webs* como redes sociales se convirtieron en la principal fuente de información y vías de comunicación con las que contaban las instituciones en este momento de pandemia global.

En la Facultad de Humanas, se desarrollaron múltiples estrategias en este contexto de crisis. Se adecuaron provisoriamente los contenidos curriculares de las asignaturas a la enseñanza no presencial, se re diagramó el Curso de Apoyo desde el Programa de Ingreso y Permanencia de los y las Estudiantes (PIPE), se realizó un acompañamiento telefónico sostenido con integrantes de la comunidad universitaria que se encontraran transitando solos/as el ASPO o integraran grupos de riesgo, se enfatizó el trabajo virtual del claustro nodocente y consecuentemente, se intensificó y fortaleció el trabajo comunicacional. En consonancia, desde el Área de Prensa y Comunicación se crearon nuevos productos adaptados a diferentes medios: producciones audiovisuales explicativas sobre el uso de las plataformas de enseñanza/aprendizaje para *web* y redes sociales, producciones gráficas de contenido institucional, piezas gráficas para redes sociales con los contactos y/o *links* de los distintos espacios curriculares y horarios de cursado, *mailing* informativo y de actualización de la información académica e institucional y la respuesta de inquietudes que surgieran desde estos espacios virtuales.

Si bien en 2021 paulatinamente la comunidad universitaria va retomando la actividad presencial, este escenario de pandemia por COVID-19 hizo impostergable la actualización de las herramientas y medios digitales de todas las instituciones. En consecuencia, el Objeto de creación de esta propuesta buscó fortalecer los procesos institucionales por medio potenciar la eficiencia de la comunicación digital de la FCH. De manera específica este Trabajo Final para acceder el título de Licenciada en Comunicación Social, tuvo como objetivo principal diseñar y desarrollar un modelo de actualización de la página *web* institucional, a partir del empleo de *softwares* libres, con el fin de propiciar un acceso amigable, claro y

adaptable a la información de la FCH como así también a las gestiones que demanda la vida institucional.

El concepto de “modelo” en este trabajo se propone desde la conceptualización de Pardo Kuklinski: “modelo se entiende como aquello que ha de servir de objeto de imitación. Esquema teórico de un sistema o realidad compleja que se elabora para facilitar la comprensión y estudio”. (Pardo Kuklinski, 2005)

Este desarrollo estuvo destinado a la comunidad universitaria en particular, y a toda persona interesada que no formara parte de la Universidad en general. Para el trabajo, este último grupo se conformó de la siguiente manera: padres/madres de los y las estudiantes, futuros/as estudiantes, instituciones similares y la sociedad toda.

En este modelo de innovación para la Facultad de Ciencias Humanas se trabajó sobre aspectos de la identidad visual, pretendiendo mejorar la comunicación “como dimensión esencial al funcionamiento de toda organización” (Cháves, 2012), que repercute en las prácticas cotidianas de los sujetos que la componen. Se partió de analizar aspectos basados en la lectura pública de la institución y su correlación con la imagen institucional que la misma deseaba manifestar. Pardo Kuklinski en este sentido aclara: “se trata de la inclusión y el aprovechamiento de los nuevos usos tecnológicos en su política global como una acción más a desarrollar”. Y concluye: “Ninguna pauta de calidad y de competitividad hoy puede excluir a Internet como soporte institucional”. (Pardo Kuklinski, 2005)

El trabajo está estructurado en seis capítulos. El inicial detalla los objetivos trazados para este trabajo y describe cada una de las fuentes primarias y secundarias seleccionadas como antecedentes para este Objeto de Creación haciendo hincapié en el tipo de relación que establecen con el mismo.

El segundo capítulo esgrime las principales concepciones teóricas que delimitaron el Objeto. Se define el paradigma comunicacional desde el que se concibió el modelo, así como también las conceptualizaciones abordadas que fundamentaron y guiaron el proceso de desarrollo.

El tercer capítulo describe las herramientas metodológicas que se emplearon y diseñaron. Así también incluye las decisiones que se tomaron para establecer el recorte de la muestra de *webs* de Universidades que fueron relevadas.

Es fundamental en este capítulo el desarrollo de los criterios de análisis de la muestra así como la descripción del instrumento metodológico que se diseñó para dicho relevamiento.

En el cuarto capítulo se desarrolla una observación preliminar de cada una de las diez *webs* de Universidades Públicas de Argentina, con la carrera Licenciatura en Comunicación Social dentro de sus planes de estudio. Se describen sus sujetos intervinientes, contenidos diferenciados y acciones.

Este capítulo se completa con las observaciones generales de las *webs* institucionales relevadas y se identifican algunos aspectos compartidos.

Este paso previo fue necesario y determinante para las decisiones que se tomaron en el siguiente capítulo. El quinto describe detalladamente las etapas del desarrollo y establece las definiciones sobre el Objeto. Este apartado contiene la enumeración, descripción y ejecución de la segunda y tercera etapa del desarrollo metodológico, diseñado para llevar adelante la propuesta del modelo de diseño del Objeto de Creación de este trabajo final.

Por último, en el capítulo seis de este trabajo monográfico se caracteriza la estructura del modelo de *web* institucional desarrollado para la Facultad de Ciencias Humanas. Fundamentos de su arquitectura, explicación del diseño y desarrollo del modelo gestado desde el empleo de *softwares* libres y aportes al Área de Prensa y Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas.

CAPÍTULO 1: ALCANCE Y ANTECEDENTES DEL TRABAJO

Objetivos trazados para este Objeto de Creación

1.1 Objetivo general

- Diseñar y desarrollar una nueva página *web* para la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, San Luis, Argentina, como propuesta de actualización de la comunicación digital institucional.

1.2 Objetivos específicos

- Indagar el estado del arte en relación al diseño de páginas *web* de noticias de otras Universidades Nacionales.
- Diseñar y ejecutar estrategias comunicativas digitales para la página *web* de la FCH siguiendo las pautas de Imagen Institucional establecidas por el Área de Diseño y Desarrollo *Web* de la Secretaría de Comunicación Institucional, UNSL.

Fuentes

En este apartado se describe por qué fue seleccionada cada una de las fuentes primarias y secundarias, a la vez que se pondrá de manifiesto el tipo de relación que establecen con este Objeto de Creación.

Fuentes primarias

1.3 Documentales

- Pautas de Imagen Institucional establecido por el Área de Diseño y Desarrollo *Web* de la Secretaría de Comunicación Institucional, UNSL (Documento interno)

Luego de las elecciones para Autoridades Unipersonales y Cuerpos Colegiados en el ámbito de la Universidad Nacional de San Luis⁶, en el año 2016, se modificó levemente la estructura interna de la institución. Uno de los cambios que se introdujeron, fue la creación de la Secretaría de Comunicación Institucional de la UNSL. Esto implicó un corrimiento del eje meramente

⁶ Protocolizada por Resolución C.S N° 28/2016

http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201603/20160316190754_20996.pdf

difusionista de la institución como actor social, entendiendo la comunicación como parte esencial del gobierno de la Universidad, y transversal a todas las prácticas y acciones que la misma emprendiera. A partir de lo mencionado, se iniciaron varios cambios, uno de ellos se dio en abril de 2019, cuando se lanzó la nueva *web* de la UNSL⁷.

La creación de un nuevo sitio trajo aparejado el establecimiento de criterios estructurales y políticas de calidad institucionales, que tendieron a unificar el desarrollo de las *webs* de las dependencias de la UNSL. Este documento interno⁸ fue fundamental para este Trabajo Final, ya que es el que estableció las bases de usabilidad, fiabilidad, inclusividad virtual y lineamientos estéticos que debían ser operables y accesibles desde múltiples dispositivos; a partir de las cuales se emprendió el desarrollo del presente Objeto de Creación.

El documento que funciona cual manual de estilo de las páginas institucionales de las dependencias que componen la UNSL, describe cada una de las partes que constituyen la arquitectura de los sitios, secciones, enlaces que debe contener, código de color identificatorio y sus gradientes para cada Unidad Académica, y el tamaño de algunos logos.

- Antecedentes documentales vinculados con la construcción del actual sitio de la Facultad de Ciencias Humanas: <http://humanas.unsl.edu.ar/>

La Universidad Nacional de San Luis cuenta con un área que antiguamente se denominaba Departamento de Informática, pero en la actualidad es la Dirección General de Tecnologías de la Información. Entre sus funciones, se encarga de la capacitación del personal en los sistemas de gestión universitaria tales como SIU GUARANI, instalación y mantenimiento del equipamiento vinculado con la conectividad e información institucional, creación de espacios *web* para el alojamiento de material académico, asistencia a la comunidad universitaria en cuestiones vinculadas con el acceso a internet como así también al *mailing* institucional. En este marco, muchas de las personas que trabajan en esta área se

⁷ Ver noticia en: <http://www.noticias.unsl.edu.ar/23/04/2019/la-universidad-lanzo-su-nuevo-sitio-web/>

⁸ Documento interno "Criterios estructurales y políticas de calidad institucionales para el desarrollo web de las dependencias pertinentes de la UNSL", disponible en: https://drive.google.com/file/d/1zosVpVJF_ykJXQXFTgyHOu-YKPWOycRC/view?usp=sharing

encargan del mantenimiento de las *webs* institucionales de las Unidades Académicas.

Si bien concretamente no existe un antecedente formal sobre la creación de la página *web* de la Facultad, en el año 1992 se creó el cargo de Coordinador del Centro de Cómputos de la FCH y se le asignaron diversas funciones. Entre ellas, debía desarrollar y mantener el sitio de la FCH, lo cual se protocolizó mediante la Resolución N° 256/92, la que por su antigüedad no se encuentra digitalizada y subida al [digesto de la UNSL](#) como sistema de búsqueda de expedientes y normativas.

En diálogo con Juan Capello, *webmaster* de nuestra Facultad, en mayo de 2021 mencionó que: "en esos años se emitieron resoluciones en las distintas gestiones de gobierno, que establecían, a grandes rasgos, que las Secretarías de Facultad debían reunirse para coordinar las actualizaciones y publicaciones en el sitio *web* que el *webmaster* llevaría adelante".

En 2010, se creó la Oficina de Prensa y Comunicación de la FCH bajo Ordenanza CD 11/10⁹ y constituyó uno de los primeros espacios institucionalizados de la Universidad en materia de tareas específicas de Comunicación Institucional. En marzo de 2018, por medio de la Resolución D. N° 105/18¹⁰ pasa a ser el Área de Prensa y Comunicación de la FCH, y se realiza un cambio estructural en la dependencia, se amplía el número de integrantes, de recursos y de funciones. En cuanto al organigrama, desde 2018, coordinan el área dos secretarías de Facultad, formadas en Comunicación Institucional y en Ciencias Políticas, Verónica Longo y Mariela Villazón, respectivamente. En cuanto a las colaboradoras en un primer momento fueron tres en total. Desde 2018 a la actualidad me desempeño como colaboradora en esta dependencia.

En todos los casos, se destaca la formación en comunicación social política y medios. Finalmente, en el organigrama se presenta un *webmaster*, quedando de la siguiente manera:

⁹ Ordenanza con fecha 3 de noviembre de 2010 disponible en: <http://digesto.unsl.edu.ar/busav.php3>

¹⁰ Resolución con fecha 16 de marzo de 2018 disponible en:

http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201803/20180319093304_22922.pdf



Imagen 1: Longo V., Villazón M., González Salinas J. (2021) Organigrama Área de Prensa y Comunicación FCH. Recuperado: Informe inédito Área de Prensa y Comunicación FCH

1.4 Investigaciones relacionadas con la temática

- Pardo Kuklinski, Hugo (2005) Doctor en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Barcelona, Tesis: "Un modelo de aplicación institucional Universitaria. El caso de los *webcom*: Webs de Facultades de Comunicación de Iberoamérica".

Como lo menciona en el título de su trabajo, el objeto de estudio de la tesis doctoral de Hugo Pardo Kuklinski son las *webs* institucionales de las Facultades de comunicación de Iberoamérica. Para la investigación, entre el 1 de marzo de 2002 y julio de 2004, realizó una observación planificada de 64 *webs* de Facultades de comunicación iberoamericanas. Los sitios incluyeron Facultades de comunicación y licenciaturas de publicidad y relaciones públicas, en aquellos casos en donde no existían unidades académicas específicas de comunicación o carreras de comunicación que se integrarán en Facultades de ciencias sociales u otras.

Según explica en su apartado metodológico, se dio prioridad a los países iberoamericanos con mayor tradición académica en estudios de comunicación: España, México, Argentina y Chile. Luego de la observación, seleccionó 31 de las 64 *webs* con una breve descripción de las mismas, para finalizar centrando en las 10 que, según los parámetros que estableció, se acercaban a las categorías que promovía la investigación. De allí se realizaron dos acciones con las 3 *webs* que superaron con mayor éxito los cuadros comparativos que se diseñaron: entrevistas personales a los responsables ejecutivos y un estudio de los públicos objetivos de dichos productos.

El estudio intenta diseñar un modelo de aplicación *web* universitaria, a partir de una pauta de elaboración referencial, una plataforma de despegue para productos adaptados a las realidades institucionales particulares. El autor define el concepto de "modelo" como:

"aquello que ha de servir de objeto de imitación. Esquema teórico de un sistema o realidad compleja que se elabora para facilitar la comprensión y estudio. En este caso el término modelo se utiliza en las dos formas destacadas: como esquema teórico y como estructura objeto de imitación. La construcción de un modelo permite facilitar su comprensión y estudio, pero a la vez ser utilizado como molde para futuros productos *web* institucionales universitarios". (Pardo Kuklinski, 2005).

Explica que la carencia de un modelo orientativo de desarrollo *web* para aplicaciones universitarias institucionales, constituyeron el problema de conocimiento que motivó la tesis. Esto debido a que al momento en que desarrolló su trabajo de investigación, (y ciertamente en la actualidad existe poco en relación a este campo), no existían estudios que hablen de los productos *web* con claridad, ni se habían establecido pautas de desarrollo de contenidos a tener en cuenta, sólo aquellas destinadas a los sitios de negocios y al éxito o fracaso de sus estrategias de comercio electrónico.

Por último, vale destacar que tomó como objeto de estudio a los productos de Facultades de Comunicación Iberoamericanas, porque existen allí actores y públicos especialistas en comunicación mejor capacitados para proponer y llevar adelante las recomendaciones que aconsejó la UNESCO en 1998. Las mismas establecen que por la expansión de redes, las *webs* deberían tener una dimensión internacional, con intercambio de conocimientos, interacción, movilidad de profesores, estudiantes y proyectos de investigación.

Esta Tesis doctoral fue de gran relevancia para el desarrollo del presente Objeto de Creación, debido a que existen pocos trabajos de investigación tan específicos vinculados con el tema motivo de este trabajo final. El desarrollo teórico que realizó el autor, como así también la manera en que emprendió la organización de la investigación, fueron insumos que contribuyeron a la estructura de este trabajo. De igual manera, la consecuente presentación de la información sobre los objetos observados fue tomada como referencia, y en combinación con otras

bibliografías afines constituyeron herramientas a partir de las cuales explicar y estructurar el objeto de observación y relevamiento de este O.C.

- Proyecto transmedia de comunicación institucional para el Área de Ingreso y Permanencia de la FCH-UNSL "MI TRAYECTO"¹¹, presentado en las "III Jornadas de Comunicación Digital: Realidad Virtual y Realidad Aumentada", Eje: Presentación de ponencias afines a la Comunicación Digital. Autoras: María Soledad Boiero, Natalia Lila Imazio, María Julieta González Salinas, Paula Lorena Gonella Pérez. San Luis, (ARG), 2 de noviembre de 2018. FCH- UNSL (Resolución C.D. N° 1068/18)

Este proyecto fue el resultado del trabajo final del Seminario "Entornos digitales y comunicación de las organizaciones", dictado por el Prof. Fernando Irigaray (UNR). El mismo, forma parte del Plan de Estudios de la Maestría en Comunicación Institucional (MCI)¹² de la Facultad de Ciencias Humanas (UNSL). El trabajo, surgió del diagnóstico y planificación realizados por las estudiantes, y fue presentado en las Jornadas antes mencionadas. El Proyecto "MI TRAYECTO", se realizó en 2018 y tuvo la intención de utilizar los nuevos lenguajes disponibles para poder llegar a las generaciones de ingresantes venideras, de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis.

La idea eje fue optimizar los procesos de comunicación institucional del Área de Ingreso, a través de su Programa de Ingreso y Permanencia de los y las Estudiantes (PIPE- FCH), recurriendo a herramientas comunicacionales innovadoras, dinámicas e interactivas.

Se tomó como antecedente para este trabajo, porque si bien fue creado para una dependencia específica de la Universidad, la Facultad de Ciencias Humanas, el resultado final fue la creación de un *site* usando *software* gratuitos, en el que convergieron diversas plataformas desde las cuales se podía acceder a toda la información vinculada con el Área de Ingreso.

Se partió de entender que no hay una sola manera de comenzar la vida universitaria, y "Mi Trayecto" buscó contar una historia que guiara a los y las ingresantes en el

¹¹ Se puede ver el trabajo realizado en este link: <https://ingresohumanas.wixsite.com/mitrayecto>

¹² Ver Ordenanza C.D N° 03/2013 completa en: http://humanas.unsl.edu.ar/archivospdf/ord_cd_003_2013.pdf

camino que emprendían. Historia cuya trama iba a ser contada desde diversas plataformas a las que podrían acceder, cada una con su subtrama, pero que convergían en un *site* creado específicamente, como contenido narrativo de carácter troncal.

Se puede encontrar la publicación de este trabajo en el Libro Anuario 2018-2019 Comunicación Digital: interrogantes, desafíos y oportunidades. PROIPRO 04-3218.Link:

<http://comunicaciondigital.unsl.edu.ar/Libro%20Anuario%20Proyecto.pdf>

- Reguillo Rossana (2017) "Paisajes insurrectos. Jóvenes redes y revueltas en el otoño civilizatorio".

El libro de la autora mexicana, doctorada en Ciencias Sociales por el CIESAS y la Universidad de Guadalajara, académica, cronista y bloguera, activista de Derechos Humanos, tiene como tema central el rol de las redes sociales y las tecnologías de la información y la comunicación en las rebeliones y movimientos juveniles. De manera específica aborda y profundiza en #Yo Soy 132 y "Nos Faltan 43" en México, Occupy Wall Street en Nueva York, el movimiento 15-M surgido en Madrid y #DirengenziPark en Istanbul. Los interrogantes que plantea Reguillo se vinculan con la posibilidad de hablar de insurrecciones 2.0, ¿se pueden observar nuevas formas de acuerpamiento social?, ¿de nuevas formas de protesta y organización colectiva? ¿Qué desafíos plantea la ola de insurrecciones que han irrumpido en la escena del siglo XXI?

Este libro como menciona su reseña "busca repensar las preguntas que nos hacemos en torno a las culturas políticas de los jóvenes y su acción colectiva. También reflexiona sobre la idea de sujeto y sus formas de expresión. Un sujeto que busca deslindarse de los determinismos, que sale a campo abierto, en plena tempestad sin certezas" (Reguillo, 2017). Al hablar de campo abierto entabla un planteamiento sobre si las nuevas revoluciones emprendidas por los y las jóvenes a través de las redes sociales en estos movimientos específicos mencionados, conllevan a la sustitución y/o re significación de la plaza como espacio público en donde se daban las conversaciones colectivas, por un nuevo espacio que no entiende de límites geográficos ni fronteras como lo es internet, y específicamente las redes sociales.

De manera específica la autora habla acerca, de, sobre y especialmente con quienes han construido una inmensa red de conversaciones colectivas y conectivas, de acciones, de estéticas y de lenguajes. Estos movimientos sociales surgidos en la red y trasladados a la calle, han logrado interrumpir el monólogo de los poderes propietarios. Entre los muchos aportes que representa este libro para repensar el trabajo de la academia, Roxana retoma los conceptos de "hacker" y "código abierto", ambos constituyen el motivo por el cual fue incorporado como antecedente para este trabajo.

De manera breve, la autora destaca que "la ética del *hacker* y el espíritu de la era de la información hacen hincapié en que un hacker es básicamente un "experto o entusiasta" de cualquier tipo". En este sentido continúa la autora, el "código abierto, en contraposición con la acumulación y la ganancia que busca la generación de programas y contenidos de acceso libre, ha marcado y generado unos modos de hacer-estar-producir (...) siguiendo a Spinoza, el 'occursus', es decir, el encuentro entre y con cualquiera". Este encuentro potenciado por las redes y su uso disidente que denomina el espíritu de lo *hacker*, reorganiza los circuitos comunicativos, representado, según continúa Reguillo, "una actitud, modo, estrategia y tácticas de colocarse frente a poderes propietarios".

Teniendo en cuenta que el trabajo final realizado fue íntegramente desarrollado con *softwares* libres y de código abierto, así como todo el material gráfico que se produjo se puso a disposición como aporte en la misma lógica, lo que aportó este antecedente fue entender este tipo de desarrollos, así como la actividad académica misma, como una práctica emancipatoria. La posibilidad de creación y socialización de conocimientos y herramientas "sin *copyright*", abre un mapa de múltiples posibilidades, por lo que el trabajo desde/para la academia pensado desde esta lógica fortalece la incidencia de estos "vectores de polinización" en términos de la autora, no sólo en organizaciones y movimientos, sino en la formación de los y las jóvenes.

Fuentes secundarias.

1.5 Trabajos afines de otras unidades académicas.

Los dos antecedentes que se detallan a continuación fueron recuperados de las experiencias y actividades que realicé como parte de mi Pasantía Profesional¹³ en las áreas de Comunicación de la Universidad Nacional de Asunción (UNA, Paraguay), en el marco de lo establecido en la Ordenanza 02/14¹⁴ que reglamenta la Maestría en Comunicación Institucional, de la cual soy estudiante según Resolución N° 154/17¹⁵ Cohorte 2017, y actualmente me encuentro en etapa de finalización de la carrera.

Las actividades que se realizaron, para cumplimentar las 100 hs. (cien horas) de Pasantía, se desarrollaron en las Áreas de Comunicación Institucional de la UNA (Paraguay), el marco de la estancia de intercambio del Programa ESCALA de Estudiantes de Posgrado de la Asociación de Universidades Grupo Montevideo (AUGM) desde el 22 de abril al 3 de mayo de 2019.

Se consideró relevante para este trabajo final, tomar estos dos antecedentes debido a que del total de Unidades Académicas visitadas durante la estancia de intercambio, éstas fueron las que contaban con más recursos digitalizados para poder consultar. A la vez que se consideró más enriquecedor el aporte debido a que pertenecen a Facultades, cuyas áreas de conocimiento son totalmente diferentes a la de este Objeto de Creación. De esta manera, tanto la constitución de los equipos de trabajo como la producción de los recursos gráficos y herramientas, podían aportar nuevas miradas y estrategias sobre el campo de la Comunicación Institucional de Facultades pertenecientes a Universidades Nacionales, en ambos casos de la República de Paraguay.

- Manual de Identidad Visual de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales (FACEN) de la Universidad Nacional de Asunción (UNA- Paraguay)

¹³ Resolución de aprobación de la Pasantía Profesional 741/19:

http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201908/20190813091530_27241.pdf

¹⁴ Ordenanza 02/14 Reglamento M.C.I:

http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201406/20140630132526_32084.pdf

¹⁵Protocolización de la inscripción en la Carrera de Maestría en Comunicación Institucional, Cohorte 2017 Resolución N° 154/17 http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201704/20170407092633_15825.pdf

<http://www.facen.una.py/wp-content/uploads/2018/06/Manual-de-Identidad-Visual.pdf> :

En esta Facultad el área de comunicación se denomina "Dirección de relaciones exteriores y difusión". La misma se creó en 2007 y desde 2015 a 2019 (año en que realicé la visita), el equipo contaba con un staff de ocho personas y un director (seis personas a la mañana y 2 a la tarde).

Lo destacable de este antecedente es que todo el desarrollo de la imagen institucional, fue realizado por diseñadores gráficos externos, que luego continuaron trabajando para la Facultad como integrantes del equipo interno. La FACEN, se vio en la necesidad de armar un equipo de personas formadas en Comunicación tanto por la amplitud del campo, como por la relevancia de comunicar las acciones, desarrollos y avances institucionales.

Así más allá de las redes sociales, página *web* y la cobertura en sí de los eventos institucionales, entre otras herramientas de difusión, desarrollaron un Manual de Identidad Visual que contempla desde las publicaciones gráficas a la indumentaria y gráfica para vehículos, una Guía Académica Anual con horarios, programas y exámenes de todas las carreras de la Facultad y una Revista con las investigaciones y avances de los Proyectos en materia de investigación, que también contiene los programas de las carreras y contactos de docentes (una por año). Esta revista tiene una versión impresa y la versión digital que se puede descargar de la *web* institucional y la distribución se realiza entre las autoridades de la Facultad (Departamentos, Áreas, etc.), Decanos, Gobernaciones, bibliotecas y el Congreso Nacional.

- Manual de Políticas de Comunicación de la Facultad de Ingeniería (FIUNA) de la Universidad Nacional de Asunción (UNA - Paraguay), que reglamenta la forma de utilización y estilo de publicaciones en las redes sociales oficiales, el paso a paso de cada publicación, así como también las publicaciones en la *web* institucional: <http://www.ing.una.py/manual-procedimientos2011/proceso-publicar-y-difundir-la-informacion-via-web-y-ci.pdf>

En esta Facultad, el área de comunicación se denomina "Departamento de Comunicación de la FIUNA", coordinado por Fabiana Fleitas, Licenciada en Artes Visuales (Facultad de Arquitectura - UNA). Esta persona, (al 2019),

trabajaba hace once años en la institución y hace tres años que era la jefa del Departamento de Comunicación.

En cuanto a las herramientas de comunicación- difusión que empleaban, la FIUNA contaba con una fuerte presencia en la web, ya sea en redes sociales (*Facebook*: FIUNA (página oficial) @FIUNAoficial, *Twitter*, *Instagram*), como así también su canal de *YouTube* para vídeos institucionales: <https://www.youtube.com/channel/UCEn-dyor73ltgJC0rMiUNdg> .Estas redes eran utilizadas especialmente para generar interacción con estudiantes y público externo a la Facultad para información general. En cuanto a la página *web*, en el año 2006 se aprobó el Manual de Políticas de Comunicación, que reglamentó la forma de utilización y estilo de publicaciones en las redes sociales oficiales, el paso a paso de cada publicación, así como también las publicaciones en la web institucional. Este manual se encuentra en el sitio *web* en la parte de resoluciones para su descarga y consulta: www.ing.una.py

Lo destacable de este antecedente, es el gran trabajo institucional plasmado de manera exclusiva en canales digitales, ya que no cuentan con revistas impresas debido a que por disposición interna de la Facultad establecieron la Ley de Cero Papel, por lo que están totalmente abocados a lo digital. Desde el año 2018 antes del periodo de ingreso de los y las estudiantes, sacaron la versión digital de todos los libros, por lo que ahora sus estudiantes pueden tenerlos descargados en sus dispositivos electrónicos. Así no sólo se reducen los costos de fotocopias para el cursado de las asignaturas de cada carrera, sino que esta decisión está en consonancia con una política institucional de corte ambiental.

A medida que se fue avanzando en la monografía y el desarrollo del Objeto de Creación, se volvieron a consultar algunos repositorios en búsqueda de nuevos trabajos de investigación finales vinculados con las *webs* institucionales de instituciones universitarias, o investigaciones que se hayan emprendido vinculadas a este eje temático o afines que pudieran ser tomadas para este trabajo. Si bien en la misma Facultad de Ciencias Humanas existen algunos antecedentes, poca es la información accesible que hay al respecto.

Al realizar una búsqueda exhaustiva por el sistema de archivo de expedientes, Digesto, de la UNSL, se encontró la Resolución N° 1045/14 en la que se autorizaba la

defensa del Trabajo Final – Objeto de Creación- de la estudiante Carola Luisa del Carmen Pardo, para acceder al título de Licenciada en Comunicación Social de la FCH. El trabajo se titula “La comunicación Institucional Formal Interna en un Organismo Público. Implementación de un Sitio *Web* como herramienta de comunicación formal e interna en la Secretaría Judicial de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Mendoza”.

Se accedió a una entrevista telefónica con la directora de dicho Trabajo Final, la Prof. Viviana Ponce de la FCH, quien mencionó que en líneas generales, el objeto del trabajo fue crear un sistema de comunicación interna para agilizar los expedientes de esta dependencia específica de gobierno, con el fin de dar mayor fluidez y eficiencia al quehacer habitual de las personas involucradas, por ello se generó una página *web* utilizando como recurso plataformas gratuitas.

Si bien por medio de la búsqueda online en el Digesto UNSL se pudieron encontrar pocas resoluciones más relacionadas con el desarrollo de páginas *webs*, ninguna estaba vinculada con el desarrollo de una web institucional y mucho menos sobre una *web* de instituciones universitarias. De igual manera, los trabajos encontrados, mayoritariamente son desarrollados por estudiantes de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Computación (esta carrera pertenece a la Facultad de Ciencias Físico, Matemáticas y Naturales de la UNSL), por lo que el enfoque está inmerso en la programación y sus utilidades y condiciones de usabilidad, y no así planteado desde la comunicación social y en consecuencia la comunicación de las instituciones.

Por otra parte, a nivel nacional se consultaron de manera virtual varios repositorios. Uno de ellos fue el Repositorio Institucional de la Universidad de La Plata en el que se encontraron trabajos finales para acceder a distintos títulos de grado y posgrado tales como:

- Trabajo final Análisis de las Páginas *Web* de las Bibliotecas Universitarias de la Provincia de Santa Fe en el año 2013. Tesina presentada para optar al título de Licenciada en Bibliotecología Tesista: Bib. Leticia Elisabet Giménez Directora de Tesina: Mg. Ester Mercedes Ocampo Santa Fe - Año 2014 <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/633/tesis.pdf?se>

[quence=1](#) Esta investigación permitió analizar las páginas *web* de 30 bibliotecas universitarias de la provincia de Santa Fe (BUSF), con el objetivo de describir la situación en el año 2013 en cuanto a su arquitectura general, contenidos, sistema de información y recuperación y servicios bibliotecarios que se ofrecen a través de dichas páginas.

- Los espacios ofertados como servicio bibliotecario. "Los casos de las bibliotecas universitarias de Madrid y Cataluña", de José Luis Herrera Morillas, Universidad de Extremadura. Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación. España (2019) jlhermor@unex.es - <https://orcid.org/0000-0001-5310-643X>

El propósito de este trabajo es comprobar en las bibliotecas de las universidades de Madrid y Cataluña si ofertan el uso de algunos de sus espacios como uno de los servicios destinados a los usuarios. Para ello, se estudia la información de los sitios *webs* de las bibliotecas y se envía un cuestionario a las bibliotecas que no cuentan con esta información. Los aspectos analizados son: cantidad y variedad de espacios, uso o no de los sitios para promocionar la oferta de este tipo de servicios, ubicación de esta información en las *webs* y contenidos aportados. Disponible en:

<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/6467/6261>

- Tesis de Maestría: "Universidad Nacional y Comunicación Institucional". Una gestión posible para alcanzar una universidad mejor comunicada (2009) Maestrando: Lic. Miguel Angel Tréspidí, Director: Dr. Daniel Prieto Castillo.

En este trabajo final realizado para alcanzar el título de posgrado de la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales "PLANGESCO", de la Facultad de Periodismo y Comunicación social de la UNLP, el autor tuvo el propósito de ampliar y enriquecer el conocimiento sobre la función que podía cumplir la Comunicación Institucional en la universidad, a partir de una experiencia llevada a cabo en la Universidad Nacional de Río Cuarto. La misma buscó mejorar la planificación y gestión de procesos de comunicación que facilitarían la solución de problemas organizacionales en el marco de las nuevas circunstancias sociales y aprovechar así las oportunidades emergentes. Disponible en:

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/1966/Documento_completo_.pdf?sequence=21&isAllowed=y

Como ya se mencionó, las búsquedas emprendidas arrojaron pocos resultados relacionados con el desarrollo de *webs* institucionales sin atribuciones comerciales y/o específicamente *webs* de universidades, lo que refuerza el motivo de este trabajo final.

Si bien para llevar adelante este Objeto de Creación, si se contó con lineamientos y un modelo de referencia orientador sobre la arquitectura de sitios de dependencias universitarias que elaboró la Secretaría de Comunicación Institucional UNSL, no se perdió de vista, el hecho que han sido casi nulos los desarrollos emprendidos por estudiantes y/o profesionales de la Comunicación tanto en la Universidad Nacional de San Luis, como a nivel nacional.

Por otra parte, si bien estos criterios establecidos institucionalmente están en un todo de acuerdo con la imagen institucional de la Universidad Nacional de San Luis y consecuentemente con una estrategia de comunicación institucional global, es prioritario poder ajustar los modelos a las realidades de cada dependencia. No sólo porque estas *webs* están dirigidas a públicos objetivos particulares, sino porque la interfaz, como cara visible de todo proyecto pensado para internet, debe responder a una planificación estratégica apta para el intercambio de conocimientos dentro de instituciones formadoras, que se emplazan en un territorio de saberes específicos, con prácticas comunicacionales propias, y que involucran a sujetos con características y necesidades particulares.

CAPÍTULO 2: RECORRIDO CONCEPTUAL

Definiciones teóricas para delimitar el Objeto de Creación

Se esbozan aquí las principales concepciones teóricas que fundamentaron y guiaron este proceso de desarrollo.

2.1 Perspectiva comunicacional

Se considera importante definir primeramente qué se entiende como comunicación y qué paradigma se adopta, para desde allí abordar el complejo trabajo que

supone gestionar cambios desde los actores como protagonistas de la institución.

Desde la perspectiva de la Comunicación Estratégica se entiende la comunicación como “condición esencial del ser humano que vive en comunidad, que se construye en actor de manera relacional, que genera redes y procesos de organización basados en intercambios conversacionales y que, mediante la producción colectiva de sentidos, va constituyendo y construyendo la cultura que lo contiene.” (Uranga, 2016).

El rol de comunicadores y comunicadoras en las instituciones supone un análisis de las prácticas que llevan adelante los sujetos que las integran. Esta tarea de observación metódica, se emprende con el fin de develar los sentidos que circulan y se desprenden de las prácticas analizadas al interior de estos espacios. De manera más esclarecedora, cabe retomar las palabras de Washington Uranga (2016) quien entiende las prácticas sociales como:

“todo aquello que se vincula al ser y actuar del sujeto en cada uno de sus escenarios, las cuales están cargadas de comunicación. Las prácticas sociales son la manifestación de los modos de relación entre los sujetos que organizan sus vincularidades en función de objetivos y propósitos”.

Es decir que emprender un trabajo de investigación, análisis, relevamiento, esbozar un diagnóstico situacional y en consecuencia planificar y realizar el diseño de un objeto supone la confluencia de miradas, experiencias y sentires, ya que intervenir en una institución no deviene en la sola aplicación (o replicación) de recetas que “funcionan” sino construir conocimiento desde este espacio para lograr dimensionar las necesidades específicas y acordes que luego se traduzcan en acciones comunicativas de ese “sujeto institucional” en su entorno.

En este sentido y con la intención de establecer un diálogo entre los autores, Hugo Pardo Kuklinski (2005), señala que “cada institución parte de su experiencia, sus equipos, su historia, su entorno social, su capacidad administrativa y económico- financiera, además de innumerables condicionantes endógenos y exógenos”.

Así también, en este sentido la labor de comunicadores y comunicadoras contribuye a “crear una identidad intencional, ejercida y manipulada conscientemente de las instituciones como sujetos del ‘yo social’”. (Cháves, 2012)

Es decir que, el/la comunicador/a se cualifica trabajando con saberes y sentires de la gente común. En este caso los sujetos que conforman la comunidad universitaria como así también, el público en general comprendido por padres de los estudiantes, futuros estudiantes, instituciones similares y la sociedad toda. Es un especialista en reconocer y promover encuentros en la diversidad, que generen acciones tendientes al entendimiento de ese otro en su complejidad y las necesidades que emerjan de su temporalidad.

Sandra Massoni, una de las autoras iniciadora y reconocida en esta disciplina, afirma desde el paradigma estratégico que:

“Las competencias de comunicador social empiezan a relacionarse más con ver cómo hacer que se encuentren, como propiciar articulaciones entre actores diversos, ritmos diversos, considerando diferentes ejes y tonos de comunicación. Se trata de comunicar estratégicamente, rebasando la dimensión informativa y a partir de la consideración de la multidimensionalidad de lo comunicacional”. (Massoni, 2016)

Por último, a partir de lo expuesto, trabajar con una institución claramente no sólo implica trabajar con la técnica para elaborar piezas comunicacionales que circulen por los medios tradicionales y sus *web* o redes sociales, sino que la comunicación institucional tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros con los diversos públicos, sean públicos externos o internos. De esta manera se intenta propiciar encuentros entre actores que participen de una dinámica creativa de un sentido performativo, de sí mismos y del mundo con el que están en constante intercambio, no solo desde el lenguaje como materialidad subjetiva, sino desde la corporalidad.

En consecuencia frente a “la saturación cuantitativa de operaciones comunicacionales convencionales exige así el paso a un cambio cualitativo en los modelos de comunicación” (Cháves, 2012), por lo que se requiere que el/la comunicador/a utilice las técnicas y herramientas de manera creativa, enriqueciendo su saber técnico por abordar su labor desde la transdisciplina ya que “la comunicación,

sus saberes propios y sus técnicas, constituyen un lugar de entrada y una herramienta imprescindible para analizar las prácticas". (Uranga, 2014)

Ahora bien, una vez determinada la perspectiva comunicacional desde la que es concebida este trabajo, vale recordar que el objetivo general de este Objeto de Creación trabajo para alcanzar el título de Licenciada en Comunicación Social es diseñar y desarrollar un nuevo modelos de página web para la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis (Argentina).

Es decir que por medio de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante todo mi trayecto formativo, hacer foco sobre el re-diseño de la *web* como una de las herramientas comunicacionales digitales a través de la cual se accede a diversa información institucional. Lo dicho, con la intención de mejorar su visibilidad y accesibilidad general, para una mejor apropiación por parte de los usuarios y usuarias que constituyen la comunidad universitaria, propiciando un acceso público a toda la información institucional, sin restricciones.

2.2 Interacción, coordinación y cooperación

Desde el surgimiento de internet en la década de los años '90¹⁶ a la actualidad, el consumo de productos pensados para la *web* ha ido en constante crecimiento. El acceso, producción y consumo de contenidos *online* ya no constituyen una novedad en una sociedad que recurre a internet como un puerto inagotable de información permanente y variada.

Como se mencionó al inicio de este plan, en Argentina en 2013 apenas un 9% de la población se conectaba a internet principalmente a través del celular, mientras que en 2017, según lo relevado por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), más del 70% se conectó todos los días vía *smartphone*¹⁷. Es decir que los estudios sobre comunicación actuales tienen el desafío de identificar las características de sus nuevos actores, qué vínculos establecen entre ellos y su entorno en un escenario en el que la televisión como protagonista del ecosistema de medios tradicionales o bien como pantalla

¹⁶ Ver en Pardo Kuklinski, Hugo (2005) Tesis doctoral "Un modelos de aplicación institucional Universitaria. El caso de los *webcom*: Webs de Facultades de Comunicación de Iberoamérica".

¹⁷ Disponible en: <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>

“monofunción”, en términos de Paola Fernández (2014), convive con las pantallas “multifunción” en el escenario comunicacional convergente.

En este sentido los investigadores Cobo Romaní y Pardo Kuklinski (2007) recuperan la conceptualización de Rheingold quien postula que “la convergencia de tecnologías tiene profundas repercusiones de carácter social porque las personas utilizan herramientas que les permiten adoptar nuevos formatos de interacción, coordinación y cooperación”.

Ecosistema de medios implica entender que lo que ocurre actualmente es la convivencia de diversos canales de información en simultáneo, no la desaparición de los medios tradicionales por el advenimiento de los medios *online*. Esta convivencia está basada en la funcionalidad de cada uno en su contexto, según sus características estructurales específicas, las formas de apropiación y las significaciones de los mensajes que los sujetos hacen en un momento o circunstancia determinados. No se pretende el borramiento de unos por el surgimiento de otros nuevos, sino considerar las genealogías de estos dispositivos de mediación, analizar las huellas en el presente y resignificar esas marcas que se traducen en reformulaciones posibles.

Fernández al respecto, retoma que:

“las prácticas sociales alteran el uso original con el que fue concebido el dispositivo pero no la genealogía de la pantalla. Es la herramienta tecnológica la que se adapta a las necesidades del individuo y altera sus funciones originales, en un proceso de co-construcción continuo” (Versello 2009, en Fernández, P. 2014).

En este contexto, los/las oyentes o telespectadores/as, van reconfigurando su identidad como usuarios/as, van en búsqueda de contenidos específicos, de calidad y afines a sus intereses, en un mar de información disponible de forma permanente, esto desde sus dispositivos portátiles, tales como computadoras o celulares, que no requieren de un espacio- tiempo determinado por una programación preestablecida. Al decir de la autora:

“migran de los medios tradicionales hacia medios, digitales, interactivos y en línea, especialmente aquellos que facilitan el acceso a redes sociales y a

contenidos audiovisuales en un marco delineado por Jesús Martín Barbero (2010) por la convergencia digital". (Fernández, P. 2014).

Se produce una alternancia cada vez más frecuente entre el rol pasivo y el rol activo de los usuarios y usuarias, dada por la multifuncionalidad de las nuevas pantallas, la cual permite la interacción y participación de los mismos con los contenidos. El uso de las nuevas tecnologías e Internet incluso generan condiciones de posibilidad para que puedan crear nuevos productos sonoros, audiovisuales o informativos que circulen luego en la *web*.

De esta manera se alteran los vínculos entre los actores y actoras que originariamente intervienen en el proceso de producción-consumo mediático, ya que la conjunción de múltiples plataformas con las nuevas prácticas que emergen en este ecosistema comunicacional, habilitan espacios en la *web* en los que la condición de unidireccionalidad en la producción de contenidos de los medios tradicionales, pierde fuerza en un espacio- tiempo que deconstruye o resignifica procesos instituidos hasta el momento. En este contexto Paola Fernández explica que "la participación de los usuarios transforma el escenario audiovisual y habilita la emergencia de un nuevo actor, denominado prosumidor". Y agrega: "el término es un acrónimo de los conceptos de "productor" y "consumidor", que sostiene la producción de información o contenidos propios por parte de los usuarios". (Fernández, P. 2014)

En definitiva internet, y más específicamente la *Web 2.0* entendida como un espacio bidireccional e interactivo -y cuyo nacimiento se remonta al año 2004¹⁸ -, en el que los roles de emisores/as y receptores/as se alternan continuamente, configuran nuevas identidades que ya no están determinadas sólo por el entorno "que nos rodea", sino que la superación de las nociones de espacio y tiempo de las programaciones tradicionales, determinan nuevos actores, nuevas identidades.

¹⁸ La puesta en línea de Napster en 1999, el lanzamiento de las primeras aplicaciones para la publicación de blogs (ese mismo año aparece Blogger y recién en 2001 aparece Movable Type, su principal competidor), y la creación de la Wikipedia a comienzos de 2001 fueron paradigmas de esta transformación y generaron las bases de la escritura colaborativa y los otros principios de la Web 2.0. (Ver en: Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. 2007. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios *fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.)

“Hoy tenemos la posibilidad de «ser» en la Red, nuestro «ser digital» se ve reforzado en la medida en que es capaz de relacionarse con otros a través de las interacciones”. (Ortega Santamaría, S; Gacitúa Araneda, J. C. 2008).

Los autores continúan, explicando que de esta manera se construye nuestra «identidad digital» y concluyen sobre los cambios en los procesos de mediación y comunicación: “desde una perspectiva digital nos están permitiendo conformar un mapa de identidades que da un fuerte impulso a nuestros procesos de aprendizaje y a la creación de comunidades” (Ortega Santamaría, S; Gacitúa Araneda, J. C. 2008)

Ahora bien, los lineamientos teóricos que aquí se definen cual glosario de terminologías pertinentes, son necesarios para entender de manera más acabada el Objeto de Creación que se propone. En función de los objetivos trazados, nos adentraremos en definiciones vinculadas con las páginas *web* como producto, o estructura pensada para internet de manera general, para luego sí especificar las nociones pertinentes con las *webs* institucionales.

2.3 Webs de Universidades

Al hablar de sitio se retoma en este trabajo, el concepto de Jaime Alonso (2008) quien lo define como:

“Una estructura de información y/o comunicación generada en el nuevo ámbito o espacio de comunicación (Internet), creado por la aplicación de las tecnologías de la información (tecnologías de creación, mantenimiento y desarrollo de los sitios *web*), que posee dos elementos fundamentales (acciones de los sujetos y contenidos) y en donde se plantean un conjunto de prestaciones que los usuarios que visitan dicho *web* pueden ejercitar para satisfacer una o varias necesidades que posean”. (Alonso, 2008)

En este sentido, el autor agrega y explica que las *webs* constituyen la base para el despliegue de nuevos formatos de comunicación, al mismo tiempo que se convierten en una herramienta de carácter generalizador más comúnmente utilizada “para plantear propuestas de información y/o comunicación de carácter estable”. (Alonso, 2008)

Si bien no es un objetivo del autor emprender un análisis de los sitios, desde una óptica de conocimiento por géneros o categorías, si deja planteada la posibilidad de una forma de estudio y conocimiento de esta nueva realidad comunicacional desde una perspectiva más asequible. De igual manera y a modo de ensayo, establece una tipología de *webs* que es la que este trabajo recupera:

- Categoría o género institucional
- Categoría o género informativo
- Categoría o género de acción social (ONGs)
- Categoría o género de *webs* de universidades
- Categorías o géneros de ayuntamientos.

En cuanto a las conceptualizaciones teóricas específicas de los sitios *web* institucionales, motivo de este plan de trabajo final, vale destacar que no hay actualmente variedad de investigaciones relacionadas con este tipo de sitios no comerciales y que pertenezcan a instituciones universitarias específicamente, más allá de estudios vinculados con *e-learning*; a diferencia de aquellos que sí poseen fines lucrativos.

En este sentido Hugo Pardo Kuklinski (2005) plantea que tal vez el motivo de la ausencia de estudios específicos se relaciona con que:

“Las universidades públicas y de gran afluencia de alumnos (donde parece no ser necesario promover la institución en procura de nuevos clientes/usuarios), caen en el error de creer que al no estar obligados a realizar *marketing* sobre la organización, no es prioritario mantener una estrategia de comunicación acorde a su prestigio. Pero eso no es todo, tener un sitio *web* de calidad no es sólo atender a una política de marketing previsible. Es abrir la puerta para el cambio estructural que nos obliga la era de la información”. (Pardo K. 2005)

Si bien el objeto de creación de esta propuesta, se entiende como un modelo de página *web* no un sitio, la clasificación es adaptable y en este caso, la página se enmarca en la categoría de *webs* de universidades, según la categorización propuesta por Jaime Alonso. Será la página institucional, no comercial, con aplicaciones *web* entendidas como herramientas que contienen acciones de

comunicación institucional, aportará servicios de valor agregado a los públicos y contribuirá a gestionar el conocimiento de la organización.

Este tipo de *webs* también son catalogadas por Hugo Pardo Kuklinski en su tesis doctoral (2005) como *Webcom*, entendidos "como sitios *web* institucionales de Facultades de Comunicación. El término solo es utilizado como nombre comercial por empresas de *web hosting*, registro de dominios etc".

Cada institución a través de los distintos canales de comunicación que utilice, ya sean mails, redes sociales, aplicaciones (apps), instalaciones físicas, mapas u otras plataformas, establecen contacto con su entorno y van narrando una historia sobre sí mismas. El público que integra estas instituciones puede acceder a una parte de la historia desde diversas plataformas, cada una con su subtrama.

La importancia de los sitios/páginas *webs* radica en que, en caso de lograr con mayor acierto principios básicos de actualización y usabilidad, se convierten en los espacios virtuales en los que convergen todas las subtramas. Son contenidos narrativos de carácter troncal creados específicamente para contar toda la historia institucional.

El objeto (corpus) de este trabajo es el relevamiento de sitios de instituciones universitarias, con el fin de crear un modelo de *web* institucional para la Facultad de Ciencias Humanas. Es por ello, que esta monografía de perfil cualitativo, como se explicará más acabadamente en el apartado metodológico, tiene como uno de sus objetivos relevar, describir, analizar y comparar las *webs* de diez Facultades que tengan la carrera Licenciatura en Comunicación Social en sus planes de estudio y que pertenezcan a Universidades Públicas de Argentina según criterios determinados, a la vez que estén emplazadas en diversos puntos geográficos del territorio nacional.

Para este análisis, se retomaron los criterios establecidos por el autor Jaime Alonso (2008)¹⁹, quién entiende como elementos fundamentales de una *web* los siguientes:

¹⁹ Estos criterios son mencionados en el artículo publicado por en la Revista Científica de Información y Comunicación (2008) el cual se denominó: "El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos".

- sujetos: consistiría en distinguir en el sitio *web* quiénes son gestores y quiénes son usuarios/as.
- acciones de los sujetos: son aquellas que realizan los usuarios y usuarias al interactuar con la *web* en cuestión y con otros sujetos. Qué necesidades logra satisfacer, sean estas de comunicación o de información.
- contenidos: son las prestaciones, las opciones que despliegan las *webs* para que los y las usuarios y usuarias satisfagan las necesidades que los motivaron a ingresar y navegar en la *web*.

Para entender la interrelación entre estos criterios, el autor explica que tanto las acciones de los sujetos como los contenidos, son los dos elementos fundamentales y vertebrales de un sitio *web*. Más específicamente las acciones que los sujetos realizan con los contenidos, así como también con otros sujetos, a lo que denomina acciones de comunicación. Sin embargo, como la manera en que las acciones que éstos realizan y los contenidos se manifiestan es extremadamente amplia, esta diversificación constituiría el eje de diferenciación fundamental entre cada uno de los sitios.

Son las necesidades de los usuarios y usuarias las razones por las que acceden y navegan en internet. "La necesidad es algo que los sujetos desean realizar en el sitio *web*; y son las prestaciones, las opciones que despliegan los sitios para que los usuarios desarrollen dichas necesidades" (Alonso, J. 2008). Es decir que de ninguna manera se puede analizar un criterio escindido de otro, sino que es la interrelación, lo que determina las características generales de la *web* a analizar.

Ahora bien, en lo referido a la elaboración de este Objeto de Creación se tuvieron en cuenta 3 fases o momentos interrelacionados. La autora Ramírez Chavero, Marlene (2012) en su texto "Apuntes: Construcción de sitios *web*", las denomina y caracteriza de la siguiente forma: Preproducción, Producción y Posproducción respectivamente.

En este sentido, el Objeto que aquí se propone toma este ordenamiento como marco de referencia y lo lleva a la práctica. A continuación se detallarán las características e implicancias de cada una de estas fases.

2.4 Preproducción, Producción y Posproducción

Para iniciar el proceso de diseño y elaboración de una página *web*, en este caso la página institucional de la FCH, es necesario identificar primeramente la necesidad a la cual se intentará responder. Este momento es considerado el más importante porque plantea y estructura todo lo que va a necesitar el diseño, desarrollo y realización de la página *web*. En esta fase se selecciona el tema, objetivos, público, contenidos, navegación y visualización. Los mismos interactúan entre sí y se condicionan respectivamente. A este momento la autora lo denomina: **Preproducción**.

Internamente este momento está contenido por los siguientes procesos:

- Investigación / Planificación
- Arquitectura del sitio / Contenido

La segunda fase se denomina **Producción**. Este momento constituye el eje articulador entre la Preproducción y la Postproducción cuál bisagra, ya que en el mismo se realizará todo el trabajo de edición de los materiales recopilados, se seleccionarán los *softwares* con los que se trabajará y el *hardware* con el que se contará. Es en esta fase en la que se producirá todo el material que contendrá nuestra *web*.

La Producción se encuentra dividida en dos partes interrelacionadas:

- Contenidos: los mismos deben poseer claridad, pertinencia, coherencia y se analizará su extensión para garantizar un guión adecuado.
- Diseño gráfico: se crea el diseño de interfaz para el producto.

Es en este momento, que se considerarán criterios técnicos relevantes, tales como si la página *web* se carga fácilmente, si se puede leer de manera fluida, y se establecen guías visuales que garanticen la coherencia con las demás páginas institucionales.

Esta instancia es probablemente una de las más extensas y determinante para el proyecto. Las dos partes constitutivas de esta fase, el contenido y el diseño gráfico, están organizados según los siguientes procesos:

- Diseño / Armado
- Prueba / Validación
- Publicación

La última fase que establece la autora para llevar adelante el proceso de diseño y elaboración de una página web es la **Postproducción**. En este momento el trabajo está terminado, listo para ser evaluado y consecuentemente es puesto en línea.

Esta fase está constituida por los siguientes procesos:

- Evaluación de funcionalidad general con usuarios y usuarias avanzados/as y con el/la usuario/a meta.
- Corrección de posibles errores
- Publicación
- Promoción

Cuando se desarrolló el Plan de este Trabajo Final, se consideró oportuno establecer que de las fases o momentos descritos anteriormente, la elaboración de este objeto de creación se llevará adelante hasta el proceso de Validación contenido en la Producción. Esta delimitación del proceso se estableció en función de entender que al tratarse de una institución universitaria es menester que sea evaluado antes de su publicación, por los órganos colegiados pertinentes, quienes oficiarán de veedores del trabajo. Al mismo tiempo éste será el momento para efectuar las pruebas correspondientes del diseño del modelo.

El modelo de *web* que se propone en este Objeto de Creación se realizó con el objetivo de fortalecer los procesos de comunicación institucionales por medio de potenciar la eficiencia y usabilidad de recursos digitales de la FCH, de manera que se acercaran al lenguaje y las prácticas de los y las estudiantes, docentes, nodocentes y público en general. Lo dicho en función de propiciar el acceso sin restricciones y mejorar la visibilidad de la información en diversos soportes tecnológicos. De manera específica se trabajó en la navegabilidad y visualización interna de noticias institucionales, documentos, reglamentaciones, planes de estudios y carreras, entre otros, para una presentación amigable y adaptable, también denominada *responsive*.

Es a través de la comunicación institucional, que la organización asume su rol de actor social en un escenario que lo trasciende, el espacio público. Entender la comunicación desde los públicos y en el espacio público entonces, implica no sólo examinar las habilidades del comunicador/a como ya se desarrolló anteriormente, sino también reconsiderar la seriedad y eficacia con que las instituciones encaran sus relaciones con el entorno, y el rango que se le asigna interna y socialmente a esa definición.

Es la permeabilidad que ejerce la institución en tanto que "las comunicaciones se han convertido en un patrimonio común de la sociedad, que otorga derechos pero que exige una serie de obligaciones que las instituciones deben aceptar y cumplir de manera responsable" (Amado y Castro Zuñeda, 1999).

Cada Universidad Pública, y en este caso la Facultad de Ciencias Humanas como Unidad Académica de la UNSL, tienen entre sus funciones la docencia, investigación y el servicio. Es por éstas que se considera pertinente y necesario que toda la información relacionada con la vida académica se encuentre a disposición de manera constante y accesible, habilitando comunicacionalmente los soportes para que la misma fluya libremente. Esto implica considerar la dimensión política insoslayable de la comunicación pública. En palabras de Adriana Amado "esto implica que las organizaciones deben superar el cómodo rol de emisor institucional, para comunicar asumiendo las responsabilidades que le caben como actor social" (Amado, 2011).

Por lo expuesto, se considera imprescindible en este apartado identificar y reconocer cuales son los públicos a los que va dirigido este Trabajo Final. Pardo Kuklinski, (2005:37) retoma de la investigación doctoral sobre Prensa e imagen corporativa en la Universidad realizada por Losada Díaz (2000:101), un mapa de públicos de las universidades²⁰. En orden de importancia son:

- Personal docente e investigador
- Alumnos
- Personal de administración y servicios

²⁰ Este mapa de públicos de universidades fue extraído del Manual de Gestión de Imagen y Comunicación de la Universidad Jaume I de Castelló (2000).

- Líderes de opinión
- Patrocinadores
- Entorno sociocultural
- Medios de comunicación

Teniendo este mapa como referencia, y sin perder de vista la dimensión de este trabajo final, se han delimitado dos grandes grupos de públicos objetivos más específicos, los mismos fueron denominados “la comunidad universitaria”, y “el público en general”. Al hablar de comunidad universitaria, se hace referencia a estudiantes, personal docente e investigador, personal no docente y servicios. Por su parte al mencionar “el público en general”, en este trabajo comprenderá a padres/madre de los y las estudiantes, futuros estudiantes, instituciones similares y la sociedad toda.

Debido a que comunicadores y comunicadoras involucrados/as desde la transdisciplina emprenden siempre procesos de co-creación continuos, se concluye este apartado dando inicio al siguiente capítulo en el que se desarrollarán las técnicas y herramientas metodológicas empleadas para la creación del modelo de *web* que propone este Trabajo Final.

CAPÍTULO 3: FASES, CRITERIOS Y HERRAMIENTAS

Aspectos metodológicos del Objeto de creación

Luego de establecer las nociones teóricas sobre las que versa el Objeto de Creación que se propone, se considera oportuno iniciar con la Primera Etapa que compone el desarrollo metodológico de este trabajo: “Relevamiento exploratorio y descriptivo”. Las acciones que componen esta etapa involucran la descripción de las decisiones que atañen al recorte de la muestra de *webs* de Facultades observadas. Así también se especificarán las técnicas y herramientas metodológicas utilizadas y diseñadas para tal fin, y por último las operaciones realizadas para arribar a la concreción del Trabajo Final.

Primera Etapa: Relevamiento exploratorio y descriptivo

Este objeto de creación "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis", como se explicó al inicio de la monografía, surge como propuesta luego de efectuar un breve diagnóstico comunicacional en calidad de integrante del equipo de Prensa y Comunicación de la FCH desde marzo del 2018. Al detectar una falencia vinculada propiamente con la necesidad de rediseño y consecuente actualización de un canal de comunicación institucional de una unidad académica, se emprendió una búsqueda teórica que pudiera sustentar la propuesta, al tiempo que se realizó un relevamiento de experiencias y canales afines que pudieran contribuir con el análisis y consecuente elaboración del objeto en sí.

3.1 Criterios de selección y análisis de la muestra

En consonancia con el primer objetivo específico trazado para este trabajo de "indagar el estado del arte en relación al diseño de páginas *web* de otras Universidades Nacionales"; se tomó la decisión de explorar las *webs* de otras casas de estudio argentinas con el fin de tener un panorama más esclarecedor sobre las maneras de comunicar virtualmente la realidad institucional. Específicamente se exploraron sus *webs*, teniendo en cuenta: sujetos intervinientes, contenidos y acciones que podían realizar los y las usuarios/as. Luego, se decidió recortar a diez el número de páginas a analizar, para conformar una muestra representativa y acorde a la dimensión de este trabajo monográfico para alcanzar mi título de grado.

Se consideraron dos variables puntuales para esta selección, ambas en consonancia con mi procedencia institucional. La primera variable que se priorizó al momento de seleccionar cada una de las *webs* institucionales, fue que correspondieran a Facultades que tuvieran la carrera Licenciatura en Comunicación Social dentro de sus planes de estudio y que pertenecieran a Universidades Públicas de Argentina. Lo dicho, en función de que se parte de entender que a diferencia de otros campos disciplinares, estas Facultades cuentan con estudiantes y profesionales formados en comunicación y en consecuencia podrían aportar miradas especializadas y conocedoras de la complejidad del campo y la técnica.

En segundo lugar, se tuvo en cuenta una variable de tipo geográfica, ya que se decidió que dichas Facultades, estuvieran emplazadas de manera aleatoria en diversos puntos geográficos del territorio nacional, no sólo en las grandes urbes.

Para analizar las diez *webs* de Facultades, se diseñó un formulario con los criterios a comparar. Esta herramienta metodológica devino de la observación y adaptación -en función de los objetivos de este Objeto de Creación-, del trabajo de relevamiento propuesto por Hugo Kuklinski (2005) en su tesis doctoral, para el análisis de las *webs* de facultades de comunicación de Iberoamérica, como se explicó anteriormente en los antecedentes que sirvieron de referencia para este Objeto de Creación.

Para el presente trabajo final, y debido a la escasez de investigaciones y trabajos afines en este área comunicacional específica, se creó un formulario con la herramienta *Google Forms* como instrumento metodológico de relevamiento de las *webs*, cuyo objetivo fundamental fue la descripción de los contenidos diferenciadores específicos de páginas universitarias, y se lo combinó con los criterios que el autor Jaime Alonso (2008) establece como necesarios para analizar páginas *webs*: sujetos y acciones, los cuales fueron oportunamente definidos en el capítulo "Recorrido Conceptual".

Se tomó la decisión de combinar los aportes de ambos autores, debido a que Alonso define acabadamente los criterios "sujetos intervinientes" y "acciones". Pero al tratarse del criterio "Contenidos", entendidos como las prestaciones que despliegan las *webs* para que los usuarios satisfagan las necesidades que los motivaron a ingresar a un determinado sitio, sólo se limita a una descripción generalizada. Esto, debido a que la manera en que los contenidos se manifiestan es extremadamente amplia, por lo que tal diversificación "constituiría la diferencia entre cada uno de los sitios" (Alonso, 2008), y como pone de manifiesto en su artículo, no es su intención indagar o proponer una categorización o tipología de sitios *web*.

Por ello luego de leer el trabajo de Pardo Kuklinski, se decidió combinar aquellos criterios con lo que establece este autor en el Capítulo 5 de su trabajo, en el que propone, entre las categorías para un modelo de aplicación *web* universitaria, el

concepto de "Economía de la Comunicación" del que se desprende la subcategoría "Contenidos diferenciados y novedosos".

Según define el autor:

"Economía de la comunicación refiere a la necesidad de dar un sistema de reglas, acotar y distribuir correctamente los contenidos de una aplicación *web* determinada, en función de la relevancia de los mismos y de una mayor capacidad de interrelación con los públicos objetivos". (Pardo Kuklinski, 2005).

En consecuencia, y retomando aquí a Mai Lai Tomsen (2000, en Pardo Kuklinski, 2005) se establece que cuentan con gran valor añadido aquellos contenidos de calidad, que son escasos y no se encuentran ampliamente disponibles en la red. Por ello, una aplicación *web* debe otorgar ese valor añadido a la institución. "La organización temática de los contenidos (que a veces si coincide con el organigrama de la institución), puede ser más beneficiosa, según la economía de la comunicación que se designe en la estrategia (político-comunicacional)". (Pardo Kuklinski, 2005)

A partir de lo expuesto, se consideró oportuno retomar los siete ítems de contenidos diferenciales propuestos por el autor para su modelo aproximativo, que se detallaran en este apartado, de manera que la herramienta metodológica fuera más completa y de aplicación eficaz, en función siempre de los objetivos perseguidos.

Ahora bien, con el fin de un mejor entendimiento de la herramienta, en primer lugar es propicia una explicación acabada de cada uno de los componentes que forman parte de los criterios de análisis de la herramienta metodológica y la forma en la que serán abordados.

Al hablar de los **sujetos** que interactúan con una página *web*, se debe identificar quienes son y cuál es su comportamiento en el sitio. Esta valoración depende de la actividad que desarrolle cada uno en la *web*. En relación con lo mencionado, Jaime Alonso, autor que se toma de referencia, define tres parámetros o niveles:

- El primero de ellos es la Tipología General: la misma consiste en distinguir en el sitio *web* quienes son gestores/gestoras y quienes son usuarios/as. Se denomina

gestor/a a quien crea los contenidos, los desarrolla y mantiene en línea con su correspondiente actualización. Por otra parte, usuario/a es quien consume esos contenidos.

- El segundo nivel corresponde a la distinción entre los/las gestores/as, es decir identificar quienes son productores/as y quienes moderadores/as: "el gestor productor es la columna vertebral del sitio *web*, todo se desenvuelve en torno a su trabajo y criterios de funcionamiento" (Alonso, J. 2008). Gestor/a moderador podría decirse que es quien genera un sitio para dejar hacer, reservándose la función de control y seguimiento de lo que se hace en la *web*.
- Por último como tercer nivel o parámetro, se propone identificar entre los usuarios y usuarias, quienes son pasivos/as, quienes activos/as y cuáles son los/as determinantes. Los/las primeros/as se limitan a consumir los contenidos producidos por gestores/as. Los sujetos activos crean contenido, pero no en igual medida que los sujetos determinantes, los cuales sí lo elaboran.

En esta instancia se indagó el estado del arte de páginas de otras Universidades Nacionales. Se decidió abordar sólo la Tipología General de sujetos intervinientes propuesta por el autor, de manera que se identificaran en cada una de las *webs* relevadas los/las gestores/as y los/las usuarios/as. Se identificó como gestor a la información detallada al pie de cada sitio, entendido éste como el espacio específico en el que se menciona a los sujetos, áreas, y/o programadores/as encargados/as de la gestión y puesta en línea de la *web*.

Al hablar de usuarios/as, este relevamiento comprendió a los dos grandes grupos de públicos objetivos establecidos para este trabajo, "la comunidad universitaria", y "el público en general". Al hablar de comunidad universitaria, se hace referencia a estudiantes, personal docente e investigador, personal nodocente y de servicios. Por otra parte, al mencionar "público en general", se hace referencia a padres/madres de los estudiantes, futuros/as estudiantes, instituciones similares y la sociedad toda.

Vale destacar que este nivel claramente fue introductorio y general, el cual se consideró pertinente en función de los tiempos y el carácter monográfico del Trabajo Final.

En cuanto a los “**contenidos**”, como se explicó, Hugo Kuklinski seleccionó 7 (siete) ítems como contenidos diferenciales para su modelo aproximativo de aplicación *web* de universidades. Los mismos se analizaron por medio de un cuadro comparativo cuando el entonces doctorando, estudió la observación de *webs* de facultades de comunicación de Iberoamérica.

Para este trabajo se realizó una leve modificación vinculada con la terminología empleada. El autor en algunos ítems hablaba de “alumnos”, y para esta monografía se adoptó el término “estudiantes” en concordancia con las modificaciones realizadas en el Estatuto de la Universidad Nacional de San Luis por la Asamblea Universitaria como máximo órgano de gobierno universitario, en noviembre de 2018²¹.

Los ítems abordados son:

A- Información académica y administrativa de calidad

- Planes de estudios de ciclos de grado, posgrado y formación continua y otras informaciones sobre la estructura académica.
- Currículas, bibliografía y otros datos sobre las asignaturas
- Convenios con otras universidades y/o empresas
- Información sobre becas
- Horarios sobre actividades y ciclo académico
- Noticias actualizadas sobre eventos especiales como conferencias, jornadas, etc.
- Decisiones de interés de cuerpos representativos
- Publicaciones
- Cursos y talleres
- Extensión Universitaria

B- Realización de trámites en línea: en la mayoría de los casos éstos se realizan vía Intranet o campus virtual al que solo tienen acceso los/las estudiantes de cada universidad. En consecuencia, si bien no se excluyó del análisis por imposibilidad de acceso, si vale destacar que el relevamiento de la muestra puso

²¹ Noticia extraída de la web de noticias UNSL: “Después de cuatro años se modifica el Estatuto de la Universidad Nacional de San Luis”. Publicada el 16 de noviembre de 2018. Consultada en agosto de 2021. Disponible en: <http://www.noticias.unsl.edu.ar/16/11/2018/despues-de-cuatro-anos-se-modifica-el-estatuto-de-la-universidad-nacional-de-san-luis/>

de manifiesto que solo se podía acceder a consultar bibliotecas y parte de los espacios destinados a bolsa de trabajo.

- Matriculaciones
- Solicitud de materiales a la biblioteca y otras instancias
- Visionado de notas
- Bolsa de trabajo
- Tablero de anuncios con diferentes usos (intercambio de libros, pedido de alojamiento, etc.)
- Entrega de trabajos a profesores/as en PDF u otros formatos.

C- Información sobre plantel docente: Se piensa en pautas de mínima y de máxima en una *web* de calidad. Lo ideal sería que el/la docente tuviera un espacio abierto en la aplicación institucional que funcione como una pequeña bitácora suya para contactar con estudiantes e investigadores/as, y donde pueda recomendar libros, publicar ideas y artículos, proponer enlaces e interactuar con el/la usuario/a. Sin aspirar a que el/la docente deba tener conocimientos en programación, la categoría contempla:

- Curriculum completo
- E-mail y teléfono de contacto
- Historial de investigaciones e investigaciones actuales
- Sitio web personal y/o de la cátedra
- Propuestas de enlaces en función de su área temática

D- Producción de los y las estudiantes.

- Una selección de trabajos de las asignaturas designados por el/la propio/a docente
- Enlaces a espacios *webs* y producciones de estudiantes de la Facultad (cuando traten de aspectos referidos a algún área específica de los estudios de comunicación)
- Base de datos con las producciones de estudiantes en las asignaturas, con título de la obra, breve síntesis explicativa y datos de contacto, dando prioridad a los de estudiantes avanzados/as y de los diferentes posgrados.
- Actividades de las organizaciones de estudiantes.

E- Producciones digitales de la institución

- Revistas digitales temáticas, webs, bitácoras, producciones *off-line* u otros materiales digitales, ya sea realizados por Departamentos, cátedras, estudiantes o por la propia institución. No se trata de incorporar a la *web* todo lo que se produzca, sino establecer criterios que compatibilicen apertura con estrategia comunicacional.

F- Base de datos sobre investigaciones académicas de la universidad

- Título del trabajo, una breve síntesis explicativa, autores/as y datos de contacto de las investigaciones que se llevan adelante en el marco de las Facultades o Departamentos, sobre todo los de posgrado. Por ejemplo, los/las estudiantes de grado podrían interactuar con los/las estudiantes de doctorado en los temas en que ambos estén interesados.

G- Enlaces a otros sitios de interés

- Acceso a recursos del ámbito específico: Universidades, medios de comunicación, consultoras, oficinas de la administración pública, bases de datos de investigaciones y cualquier tipo de enlace que pueda ser de utilidad para el usuario.

Al referirse al criterio “**acciones**”, Jaime Alonso las define como aquellas que realizan los usuarios y usuarias al interactuar con la *web* en cuestión y con otros sujetos. Qué necesidades se logran satisfacer. En este trabajo se diferenció entre: acciones de comunicación, de gestión, o acciones de información.

Por acciones de comunicación se entendió todas aquellas relacionadas a “establecer comunidad”, ya sean: vínculos a las redes sociales institucionales, posibilidad de dejar comentarios en las noticias publicadas, banner de contacto con “gestores” de la *web*, espacio de intercambio de saberes, trabajos, experiencias entre estudiantes, además de las actividades que componen el ítem D del criterio contenidos.

Las acciones de información, comprendieron aquellas tales como (ítems A, C, E, F y G de los Contenidos diferenciados): acceso a vías de contacto institucional y con el plantel docente, espacio de noticias institucionales, información institucional

relacionada con el ordenamiento interno de la institución: organigrama, auleros, planes de estudio.

Por último las acciones de gestión incluyeron todas aquellas gestiones institucionales que se podían emprender desde la *web* de la Facultad en cuestión: aquellas comprendidas en el ítem B de los Contenidos diferenciados.

Lo que diferencia a los sitios *web* de los medios tradicionales en conclusión es la forma en la que resuelven las necesidades de los sujetos intervinientes y el tipo de necesidades que solucionan. Los contenidos diferenciados que se pueden encontrar en las *webs* institucionales y que son consumidos los usuarios y usuarias, emplean instrumentos de la comunicación digital tales como interactividad, contenidos multimedia e hipertextos. "Internet ha traído consigo la posibilidad de hacer nuevas actividades; y en la medida en que esto es así, ha generado la necesidad de, efectivamente, hacerlas". (Alonso, 2008).

En consecuencia, los sitios *web* se agrupan o especializan en torno a: las necesidades que poseen los/las usuarios/as y los contenidos diferenciados que ofrecen como estrategia comunicacional y política las instituciones, en este caso las unidades académicas. De esta forma las Universidades y particularmente las Facultades y carreras no solo 'abren sus puertas' a nuevos actores, sino que paralelamente, se constituyen en una fuente de consulta y acceso permanente. Son oficinas para gestiones 24/7, y favorecen la creación de comunidad por el agrupamiento colaborativo en función de intereses afines.

El fin del formulario, como se explicó, fue sistematizar, organizar y clasificar la información extraída de las *webs* relevadas a partir de los criterios preestablecidos. La diversidad vuelve imprescindible el recorte del objeto así como también las observaciones en función de la dimensión que se pretende en este trabajo. Si bien se arribará a observaciones generales, no se intentará un análisis exhaustivo del entrecruzamiento de las variables ya que esto devendría en otro trabajo final.

3.2 Instrumento metodológico de relevamiento de Universidades

Para una mejor visualización del instrumento, el título contiene el link a *Google Forms*.

Formulario de relevamiento de la información

Formulario de relevamiento de web de Facultades

Este formulario fue diseñado como herramienta metodológica para el Trabajo Final: Objeto de Creación "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis", con el objetivo de indagar el estado del arte en relación al diseño de páginas web de otras Universidades Nacionales.

El mismo constituye una herramienta de relevamiento de la muestra propuesta para este trabajo, sobre webs de Universidades Públicas de Argentina, que cuenten con la carrera Licenciatura en Comunicación Social dentro de sus planes de estudio.

Este instrumento metodológico se estructura sobre tres criterios específicos: Sujetos, Contenidos y Acciones. Los mismos, según el autor Jaime Alonso (2008), son los necesarios para analizar páginas webs, pero para este Trabajo Final se los combinó con los siete ítems de contenidos diferenciales propuestos por el autor Hugo Pardo Kuklinski (2005) en su tesis doctoral, para el modelo aproximativo de webs universitarias, recuperados y adaptados en función de los objetivos perseguidos, y de las normativas relacionadas con lenguaje inclusivo de la Universidad Nacional de San Luis, institución de procedencia de la estudiante autora del trabajo.

1. Institución universitaria:

Sujetos intervinientes	<p>¿Quiénes son y cuál es su comportamiento en el sitio? Esta valoración depende de la actividad que desarrolle cada uno en la web. Jaime Alonso, propone una tipología general: consiste en distinguir en el sitio web quienes son gestores/as y quienes son usuarios/as. Se denomina gestor/a a quien crea los contenidos, los desarrolla y mantiene en línea con su correspondiente actualización. Por otra parte, usuario/a es quien consume esos contenidos.</p>
---------------------------	---

2. Gestores / Gestoras

Se entenderá como tales a la información detallada al pie de cada sitio web, entendido éste como el espacio específico en el que se menciona a sujetos, áreas, y/o programadores/as encargados/as de la gestión y puesta en línea de la web

Imagen 2: Página 1 Formulario de relevamiento de webs Google Forms. Fuente: elaboración propia 2021

3. Usuarios /Usuarías

Comprenderá a los dos grandes grupos de públicos objetivos, "la comunidad universitaria", y "el público en general". Al hablar de comunidad universitaria, se hará referencia a estudiantes, personal docente e investigador, personal de administración y servicios. Por su parte al mencionar "público en general", se hará referencia a padres/madres de los estudiantes, futuros/as estudiantes, instituciones similares y la sociedad toda.

Marca solo un óvalo por fila.

Si el casillero se encuentra seleccionado significa que los contempla

Comunidad universitaria	<input type="radio"/>
Público general	<input type="radio"/>

Contenidos

¿Qué prestaciones despliega la web para que los/as usuarios/as satisfagan las necesidades que los motivaron a ingresar a un determinado sitio?
Se identificarán los contenidos diferenciales presentes en la web de cada Facultad relevada. Contenidos de calidad, que son escasos y no se encuentran ampliamente disponibles en la red.

Imagen 3: Página 2 Formulario de relevamiento de webs Google Forms. Fuente: elaboración propia 2021

4. A- Información académica y administrativa de calidad

Marca solo un óvalo por fila.

Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene

Planes de estudios de ciclos de grado, posgrado y formación continua y otras informaciones sobre la estructura académica.	<input type="radio"/>
Curriculas, bibliografía y otros datos sobre las asignaturas	<input type="radio"/>
Convenios con otras universidades y/o empresas	<input type="radio"/>
Información sobre becas	<input type="radio"/>
Horarios sobre actividades y ciclo académico	<input type="radio"/>
Noticias actualizadas sobre eventos especiales como conferencias, jornadas, etc.	<input type="radio"/>
Decisiones de interés de cuerpos representativos	<input type="radio"/>
Publicaciones	<input type="radio"/>
Cursos y talleres	<input type="radio"/>
Extensión Universitaria	<input type="radio"/>

Imagen 4: Página 3 Formulario de relevamiento de webs Google Forms. Fuente: elaboración propia 2021

5. B- Realización de trámites en línea
¿Se realizan vía Intranet o campus virtual? ¿sólo tienen acceso los y las estudiantes de cada Universidad?
Marca solo un óvalo por fila.

Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene

Matriculaciones	<input type="radio"/>
Solicitud de materiales a la biblioteca y otras instancias	<input type="radio"/>
Visionado de notas	<input type="radio"/>
Bolsa de trabajo	<input type="radio"/>
Tablero de anuncios con diferentes usos (intercambio de libros, pedido de alojamiento, etc.)	<input type="radio"/>
Entrega de trabajos a profesores/as en PDF u otros formatos.	<input type="radio"/>

6. C- Información sobre plantel docente:
Se piensa en pautas de mínima y de máxima en una web de calidad. Lo ideal sería que el/la docente tuviera un espacio abierto en la aplicación institucional que funcione como una pequeña bitácora suya para contactar con estudiantes e investigadores/as, y donde pueda recomendar libros, publicar ideas y artículos, proponer enlaces e interactuar con usuarios/as. Sin aspirar a que el/la docente deba tener conocimientos en programación
Marca solo un óvalo por fila.

Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene

Curriculum completo	<input type="radio"/>
E-mail y teléfono de contacto	<input type="radio"/>
Historial de investigaciones e investigaciones actuales	<input type="radio"/>
Sitio web personal y/o de la cátedra	<input type="radio"/>
Propuestas de enlaces en función de su área temática	<input type="radio"/>

Imagen 5: Página 4 Formulario de relevamiento de webs Google Forms. Fuente: elaboración propia 2021

7. D- Producción de los y las estudiantes

Marca solo un óvalo por fila.

	Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene
Una selección de trabajos de las asignaturas designados por el /la docente	<input type="radio"/>
Enlaces a espacios webs y producciones de estudiantes de la Facultad	<input type="radio"/>
Base de datos con las producciones de estudiantes en las asignaturas, con título de la obra, breve síntesis explicativa y datos de contacto, dando prioridad a los de estudiantes avanzados/as y de los diferentes posgrados.	<input type="radio"/>
Actividades de las organizaciones de estudiantes.	<input type="radio"/>

8. E- Producciones digitales de la institución

Materiales realizados por Departamentos, cátedras, estudiantes o por la propia institución. No se trata de incorporar a la aplicación web todo lo que se produzca, sino establecer unos criterios que compatibilicen apertura con estrategia comunicacional.

Marca solo un óvalo por fila.

	Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene
Revistas digitales temáticas, webs, bitácoras, producciones off-line u otros materiales digitales,	<input type="radio"/>

Imagen 6: Página 5 Formulario de relevamiento de webs Google Forms. Fuente: elaboración propia 2021

9. F- Base de datos sobre investigaciones académicas de la Universidad

Marca solo un óvalo por fila.

Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene

Título del trabajo, una breve síntesis explicativa, autores/as y datos de contacto de las investigaciones que se llevan adelante en el marco de las Facultades o Departamentos

10. G- Enlaces a otros sitios de interés

Universidades, medios de comunicación, consultoras, oficinas de la administración pública, bases de datos de investigaciones y cualquier tipo de enlace que pueda ser de utilidad para los y las usuarios/as.

Marca solo un óvalo por fila.

Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene

Acceso a recursos del ámbito específico

Acciones

¿Qué acciones realizan los y las usuarios/as al interactuar con la web en cuestión y con otros/as? ¿Qué necesidades logra satisfacer?

- Por Acciones de Comunicación se entenderán: aquellas relacionadas a "establecer comunidad", ya sean vínculos a las redes sociales institucionales, posibilidad de dejar comentarios en las noticias publicadas, banner de contacto con "gestores" de la web, espacio de intercambio de saberes, trabajos, experiencias entre estudiantes, además de las actividades que componen el punto D del criterio contenidos.
- Las Acciones de Información, comprenderán aquellas tales como (A, C, E, F y G de los contenidos): acceso a vías de contacto institucional y con el plantel docente, espacio de noticias institucionales, información institucional relacionada con el ordenamiento interno de la institución: organigrama, auleros, planes de estudio.
- Por Acciones de Gestión, se hará referencia a todas aquellas gestiones institucionales que se puedan emprender desde la web de la Facultad en cuestión (Las comprendidas en el punto B de los contenidos)

Imagen 7: Página 6 Formulario de relevamiento de webs Google Forms. Fuente: elaboración propia 2021

11. En la web efectivamente se pueden llevar adelante acciones de:

Selecciona todas las opciones que correspondan.

Si el casillero se encuentra seleccionado significa que contiene

Información	<input type="checkbox"/>
Gestión	<input type="checkbox"/>
Comunicación	<input type="checkbox"/>

Comentarios y/u observaciones

12. Luego del relevamiento efectuado se pudo observar que:

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formulario

Imagen 8: Página 7 Formulario de relevamiento de webs Google Forms. Fuente: elaboración propia 2021

Como ya se mencionó, para este trabajo final se analizaron diez páginas *web* institucionales de Facultades. Es pertinente destacar que se presentarán a continuación las capturas de las *index* o páginas de inicio de las *webs* relevadas, las cuales se recopilaron durante el periodo de elaboración del Plan de este Trabajo Final en 2019. De igual manera, las diez *webs* se visitaron nuevamente en agosto 2021 para completar el instrumento metodológico y relevar cualquier modificación vinculada con los sujetos, cambios en los contenidos y en

consecuencia con las acciones. Así también se observó si se habían o no efectuado cambios vinculados al diseño y arquitectura de las *webs*. Toda esta información quedó asentada en la grilla anterior.

CAPÍTULO 4: RELEVAMIENTO Y ANÁLISIS DE WEBS

Navegabilidad, visualización y observaciones preliminares

Luego de realizado el relevamiento siguiendo los criterios descriptos en el apartado anterior, para esta instancia se consideró oportuno destacar algunos aspectos que surgieron de la observación de las diez *webs* de universidades, que tuvieran la carrera Licenciatura en Comunicación Social dentro de sus planes de estudio.

En primer lugar, se consideró pertinente retomar una clasificación de las estructuras de las *webs*, elaborada por Hugo Pardo Kuklinski (2005: 168). La misma contribuye a un mejor entendimiento del objeto que conforma el corpus de análisis de este trabajo. De manera breve y sólo a modo explicativo se detallarán las características de cada una de estas estructuras y se completará con información extraída de la observación.

4.1 Tipos de estructuras generales

a. Webs de la Universidad sin sitios autónomos de las Facultades de comunicación.

Desde el menú principal se puede acceder a sus estudios y desde allí a información administrativa y académica básica sobre todas las Facultades, entre ellas las de comunicación. Estos espacios dedicados a los estudios de comunicación no llegan a ser espacios propios y desarrollados. En algunos casos, a pesar de formar parte de un organigrama general, el menú destinado a la facultad o carrera de comunicación contiene amplia información, como si se tratara de un *web* exclusivo.

En este trabajo, se suma a la descripción de esta estructura no solo las Facultades, sino Departamentos. Esto debido a que la estructura organizacional global no cuenta con la división por Facultades sino por departamentos, ya sea de Ciencias Sociales, Humanidades, Jurídicas o afines. Del relevamiento realizado, se

pudieron observar tres de estos casos en los que el espacio para la carrera contiene amplia información como si fuera un *web* exclusivo. Si bien cuentan con información administrativa, planes de estudio e información vinculada con actividades de investigación, algunos ítems relevados no están tan desarrollados.

b. Webs de Facultades de Ciencias Sociales o similares donde las Ciencias de la Comunicación están integradas como estudio

En estos casos, aun existiendo sitio de la Facultad de Ciencias Sociales, la carrera de comunicación está acotada a un espacio muy limitado dentro de la estructura del *web* y comparte información con otras ofertas académicas.

En el relevamiento realizado, se encontraron cinco de estos casos. Vale destacar que a si bien el autor menciona lo acotado del espacio destinado a la carrera de comunicación en estas estructuras, en este trabajo algunos de los casos relevados constituyeron los análisis más ricos a nivel de diseño y navegabilidad. Esto debido a que si bien los ítems del criterio Contenidos vinculados a investigación, o trabajos de estudiantes compartían el espacio con la oferta de otras carreras, como usuario/a era sencillo encontrar la información e incluso la web estaba diseñada bajo la premisa de contemplar tanto a la comunidad universitaria como al público en general.

c. Las Facultades o estudios de comunicación poseen web propio

Aquí es donde mejor se puede estudiar el fenómeno en su conjunto y analizar el organigrama propio y su planificación. Dedicar toda su interfaz a contenidos vinculados al estudio de la comunicación.

Del análisis que se realizó, se pudieron observar dos de estos casos. Estos son las *webs* que más posibilidades de análisis permitieron, ya que condensan toda la información contenida en el criterio Contenidos y no fue necesario completar la navegación por la *web* de la Universidad o de Facultades de ciencias sociales o similares donde las ciencias de la comunicación están integradas como estudio para verificar si contaban con los contenidos diferenciados en los ítems de dicho

criterio. Aun así, se considera que pueden seguir trabajando en el diseño y actualización de sus webs.

A continuación se exponen las portadas de las webs relevadas extraídas durante el periodo de elaboración del Plan de Trabajo Final. A las mismas se sumarán datos básicos de identificación y las observaciones preliminares de cada una de ellas, realizadas en agosto de 2021.

4.2 Index y observaciones preliminares



Imagen 9: Index de página web de la Facultad de Cs. de la Comunicación, UNC

- Institución Pública: Universidad Nacional de Córdoba
- Facultad de Ciencias de la Comunicación: web <https://fcc.unc.edu.ar/>
- Licenciatura en Comunicación Social: web <https://fcc.unc.edu.ar/oferta-academica/carreras/licenciatura-en-comunicacion-social/>
- Toma de datos: captura de pantalla: 11-08-2019
- Observaciones: esta Facultad es de comunicación, por lo que la información en su estructura interna se organiza en tres botones fundamentales: La Facultad, Claustros y Secretarías y Áreas. Es un diseño *responsive*, moderno y de fácil navegabilidad. Esto favorece a quienes no son parte de la comunidad universitaria, ya que la información se muestra de manera accesible.

Se destaca el aporte del botón de "Wiki de trámites y procedimientos de la FCC- UNC".

Tiene el objetivo de centralizar y brindar en una misma plataforma toda la información necesaria para realizar trámites, acceder a servicios y gestionar

cualquier tipo de documentación relativa a esta casa de estudios. Esta idea se enmarca en las líneas estratégicas emprendidas por la institución, relativas a Gobierno Electrónico de manera de empoderar a sus docentes, estudiantes, no docentes y egresados. Agiliza el trabajo del personal permitiendo mejorar la prestación de servicios y atención al público logrando que las demandas informativas se canalicen por esta Wiki. Es importante remarcar que los usuarios pueden brindar sugerencias y observaciones que contribuyan a la mejora continua de la información publicada, como todo wiki.

Hay un espacio destinado a las cátedras con información de contacto con profesores, programas y *links* de interés.

En cuanto a las producciones de estudiantes cuenta con una secretaría de Producción y Transmedia. Algunos de los espacios de visibilización de producciones son: QUÉ Portal, Radio Revés, Centro de Producción e Innovación en Comunicación (CEPIC) y "La Universidad te cuenta" dentro del canal de YouTube del CEPIC. Los puntos del ítem B "Realización de trámites en línea" del criterio Contenidos del formulario excepto el acceso a la biblioteca y repositorios, son vía intranet así como también el portal de oportunidades para graduados/as.



Imagen 10: Index de página web de la Facultad de Cs. Sociales, UBA

- Institución Pública: Universidad de Buenos Aires
- Facultad de Ciencias Sociales: web <http://www.sociales.uba.ar/la-facultad/>

- Lic. en Ciencias de la Comunicación: *web*: <http://comunicacion.sociales.uba.ar/>
- Toma de datos: captura de pantalla: 11-08-2019
- Observaciones: todo el ítem C "Información sobre plantel docente" del criterio Contenidos del formulario de relevamiento está contenido en las *webs* particulares de cada asignatura. Al mismo se puede acceder desde la página de la carrera.

La información relacionada con Extensión universitaria, becas, enlaces con sitios de interés, se encuentra desde la *web* de la Facultad de Ciencias Sociales, no desde la de la carrera. En cuanto a las acciones de comunicación, no se visualiza un espacio de intercambio de saberes, sí están presentes los *links* de las redes sociales y *mails* de contacto con prácticamente todas las oficinas y dependencias. En cuanto a producciones de los y las estudiantes, mayormente se observan en la pestaña Actividades, no en la de Producciones específicamente. Todos los puntos del ítem B del criterio Contenidos son vía intranet, excepto el acceso a la biblioteca y repositorios.



Imagen 11: Index de página web de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP

- Institución Pública: Universidad Nacional de La Plata
- Facultad de Periodismo y Comunicación Social: *web*: <https://perio.unlp.edu.ar/>
- Licenciatura en Comunicación Social: *web* <https://perio.unlp.edu.ar/academica/carreras/licenciatura/>
- Toma de datos: captura de pantalla: 11-08-2019

- Observaciones: del relevamiento de esta *web* se observa que no hay espacios al interior del sitio, vinculados con la socialización de producciones de estudiantes. El botón horizontal principal llamado PRODUCCIONES, lleva a la descripción de los espacios institucionales y las tareas que desarrollan, pero no a producciones propiamente.

Al igual que otras *webs*, todo el ítem B del criterio Contenidos del formulario es vía Intranet. Se puede observar un fuerte trabajo en torno a género y diversidades: Cuentan con la Dirección de diversidad sexual. Hay mucha descripción sobre el posicionamiento institucional respecto a estos temas.

El calendario académico se encuentra vinculado con Google calendario, no está disponible para su descarga. No se observa información relacionada con actividad estudiantil.

Las decisiones de cuerpos de gobiernos, son canalizadas en las noticias. A diferencia de otras *webs*, el sitio de biblioteca, no conduce a una biblioteca virtual, solo información descriptiva. Exceptuando los enlaces a redes sociales y mails de contacto, se observa bajo contenido destinado a crear comunidad.



Imagen 12: Index de página web del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales, UNM

- Institución Pública: Universidad Nacional de Moreno
- Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales: *web*
<http://www.unm.edu.ar/index.php/carreras/humanidades-y-ciencias-sociales>

- Licenciatura en Comunicación Social: *web*
<http://www.unm.edu.ar/index.php/carreras/humanidades-y-ciencias-sociales/licenciatura-en-comunicacion-social>
- Toma de datos: captura de pantalla: 11-08-2019
- Observaciones: en esta *web* relevada se observa un perfil muy vinculado a la industria local.

El diseño no se adapta correctamente a todos los dispositivos electrónicos. A diferencia de otras páginas, ésta cuenta con espacio para el envío de CV para docentes y nodocentes. Así también, tiene un botón de compras y contrataciones.

En la pestaña de Bienestar Universitario se puede encontrar la bolsa de trabajo y pasantías abierta al cualquier usuario que visite la página. Sorpresivamente, también en Bienestar Universitario, esta institución cuenta con el Programa Comunidad UNM: El mismo es un Programa de Beneficios y Descuentos que permite a los estudiantes, docentes y nodocentes de la Universidad acceder a diferentes descuentos y beneficios ofrecidos por establecimientos adheridos, los cuales están organizados en: supermercados, librerías, esparcimiento, indumentaria y regalos, estética, deporte y salud.

Bienestar también comprende el Programa Convivencia Universitaria, que procura la erradicación de las violencias contra las mujeres miembros de la comunidad universitaria (aquí no se menciona a las disidencias sexuales).

En cuanto a links de interés, tiene un *link* a la *web* de la Provincia de Buenos Aires para gestionar el Boleto estudiantil gratuito.

En relación al ítem C del criterio Contenidos: solo hay historial referido a investigaciones y proyectos institucionales, no hay información de contacto con docentes, ni *webs* de las cátedras. Solo se visualiza el Plan de Estudios y en cuanto a cada materia, solo se encuentran las resoluciones de aprobación de los programas curriculares. En el repositorio, se visualizan enlaces a publicaciones afines temáticamente.



Imagen 13: Index de página web del Departamento de Ciencias Sociales, UNQ

- Institución Pública: Universidad Nacional de Quilmes
- Departamento de Ciencias Sociales: *web* <http://www.unq.edu.ar/secciones/14-ciencias-sociales/>
- Licenciatura en Comunicación Social: *web* <http://comunicacion.unq.edu.ar/>
- Toma de datos: Captura de pantalla: 11-08-2019
- Observaciones: luego de efectuar el relevamiento de este *web* se pudo observar en primer lugar que la estructura interna de esta Universidad, está organizada por Departamentos, no por Facultades, por lo que el formulario se completó con datos extraídos también de la *web* de la UNQ.

La carrera Licenciatura en Comunicación Social cuenta con un espacio en la *web* del Departamento de Ciencias Sociales, pero también posee una página propia. En la *web* de la carrera: no se visualizó información relacionada con Extensión, no hay información relacionada con Convenios con otras Universidades y/o empresas.

En cuanto al ítem C "Información sobre plantel docente" del criterio Contenidos: el espacio destinado a las diferentes asignaturas, contiene información completa sobre CV de los y las docentes, contenidos mínimos y solo algunas cuentan con el *link* de los espacios virtuales propios de las cátedras. Todos tienen los mails de contacto con docentes.

En relación al ítem D "Producción de los y las estudiantes": en la *web* de la carrera hay un menú lateral que se llama Producción, en el que se alojan producciones

realizadas por estudiantes en diferentes talleres realizativos (Ej.: Taller de Prácticas y Lenguajes de Comunicación). Estas producciones están organizadas por diferentes tipos de lenguajes: radio, audiovisual y gráfica. Están los enlaces a UNQ TV y UNQ Radio.

En relación al ítem E "Producciones digitales de la institución" del criterio Contenidos: La suscripción al *newsletter* es privada con nombre de usuario UNQ. En cuanto a la oferta laboral, está vinculado a la web de UNIVERSIA. La *web* de la UNQ tiene casi al pie de página tiene un espacio destinado a Comunicación, en el que se describe la misión de esta dependencia, integrantes, *links* a archivos tales como: logos, membretes, y otros formatos institucionales e incluso las redes sociales de la Universidad y a los diferentes medios con los que cuenta la misma.



Imagen 14: Index de página web de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales UNR

- Institución Pública: Universidad Nacional de Rosario
- Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales: *web*
<https://fcpolit.unr.edu.ar/>
- Escuela de Comunicación Social - Lic. en Comunicación Social: *web*
<https://fcpolit.unr.edu.ar/escuelacomsoc/licenciatura/>
- Toma de datos: captura de pantalla: 11-08-2019
- Observaciones: luego de relevar esta *web*, se pudo observar que a diferencia de otras instituciones universitarias, ésta cuenta con un espacio específico al pie de

página llamado "Sobre este sitio *web*". Este espacio es una propuesta distinta y ofrece lineamientos para analizar el sitio desde la comunicación estratégica.

Aquí se puede encontrar información relacionada con: cronología de creación de la página, actores intervinientes en el proceso, concepciones/consideraciones en torno a la navegación en el sitio, las innovaciones e incorporaciones que propone respecto del sitio anterior y la fundamentación del proyecto.

En cuanto a la navegación específicamente destaca dos niveles de navegación: uno pensado en los claustros para que quienes son parte de la comunidad puedan acceder rápidamente a los contenidos fundamentales (estudiantes, docentes y nodocentes). Y el otro creado con la intención de posicionarse en el medio, para que quienes no forman parte de la comunidad, al ingresar puedan encontrar fácilmente lo que hacen en materia de investigación, posgrado, extensión y oferta académica.

La estructura de esta Universidad está organizada en Facultades, y algunas de éstas en Escuelas. En cuanto a la Escuela de Comunicación Social, cuenta con un botón llamado Dispositivos Aula-Estudio, en el que se alojan producciones audiovisuales y sonoras con sus correspondientes *links* que llevan a al Canal de YouTube llamado El Estudio, y al Laboratorio Sonoro UNR. Si bien los *links* de algunas plataformas están caídos, se puede acceder a las producciones realizadas desde materias vinculadas con la producción y realización de productos.

El ítem investigaciones es muy completo. Además de contener información sobre Institutos, grupos de estudio, investigadores/as y becarios/as, tienen un catálogo abierto de producciones de grado y posgrado.

En cuanto a las tesis de posgrado, hay una fuerte propuesta que visibiliza a graduados/as. Extensión universitaria contiene mucha información y además están los *links* a modelos de convenios y formularios así como también un catálogo de proyectos.

Por último, en relación a trámites y gestiones que pueden emprender los y las estudiantes, si bien muchos son vía intranet, hay otros como cambios de carrera que se resuelven vía formularios de *Google*.



Imagen 15: Index de la página de la Facultad de Ciencias Humanas UNRC

- Institución Pública: Universidad Nacional de Río Cuarto
- Facultad de Ciencias Humanas: web <http://www.hum.unrc.edu.ar/>
- Lic. en Comunicación Social: webs
 - Desde el *slide* al ingresar a la web de la Facultad/ Lic. en Comunicación Social: <https://www.hum.unrc.edu.ar/licenciatura-en-ciencias-de-la-comunicacion-y-comunicacion-social/>
 - Desde el botón Propuesta académica/ carreras de grado: https://www.unrc.edu.ar/unrc/carreras/hum_lic_comunicacion.php
 - Desde el botón Facultad/ carreras: <https://www.hum.unrc.edu.ar/wp-content/uploads/2016/02/comunicaci%C3%B3n-social1.pdf>
- Toma de datos: captura de pantalla: 11-08-2019
- Observaciones: el relevamiento de esta *web* fue bastante complejo debido a complicaciones vinculadas a la visualización de la información detallada en el criterio Contenidos al interior de la página.

Desde la página de la Facultad: específicamente desde el botón Carreras del menú horizontal principal, se puede acceder en el *link* que lleva a la Licenciatura en Comunicación Social a un .PDF con el Plan de Estudios de la carrera e información relacionada con perfil del egresado y materias. Así también, desde el mismo menú, pero en el botón Oferta Académica se accede a otra *web* de la carrera propiamente, el cual es completamente diferente, no tiene diseño

responsive y como título de la web tiene Oferta Académica al igual que el botón Carreras. El botón sistemas de información es privado para usuarios UNRC.

Al ingresar a la web de la Facultad se puede observar un *slide* o carrusel de imágenes, en la parte superior sobre las propuestas académicas de la misma, y al seleccionar el enlace de la Lic. en Comunicación Social, éste conduce a un tercer espacio sobre la carrera.

Se considera que tiene varios problemas que no facilitan la navegabilidad lo cual deriva en un problema comunicacional que no propicia el acceso a personas que no sean de la comunidad universitaria. Así también no existe un espacio unificado y varios de los existentes tienen problemas de visualización y diseño. Esta situación puede devenir en un problema para quien ingresa por primera vez a la web ya que es muy complejo identificar cuál es el sitio oficial, a la vez que genera confusión y no se encuentra fácilmente la información académica.



Imagen 16: Index de la página de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales UNCOMA

- Institución Pública: Universidad Nacional de Comahue
- Facultad de Derecho y Ciencias Sociales: web
<http://fadeweb.uncoma.edu.ar/index.htm>
- Licenciatura en Comunicación Social: web
<https://fadeweb.uncoma.edu.ar/academica/carreras/comunicacionlic.htm>
- Toma de datos: captura de pantalla: 06- 10 -2019
- Observaciones: esta web cuenta con recursos fácilmente reconocibles de accesibilidad, tales como aumento de tamaño de fuente y alto contraste.

La *web* de la Facultad tiene un espacio para la carrera, pero ésta última no tiene un sitio propio. En cuanto a los trámites que pueden realizar los y las estudiantes, esto se hace vía SIU GUARANI por lo que el ítem B del criterio Contenidos, no se pudo relevar. Se observa información vinculada a Extensión Universitaria, aunque algunos *links* destacados están caídos.

Los programas de las asignaturas se encuentran con su correspondiente propuesta bibliográfica e información de contacto con docentes de las mismas. No hay *links* a *webs* o espacios de las materias propiamente, todo es por *mail*.

En líneas generales se pudo observar que la generación de comunidad es baja, si se considera que no cuenta con espacios para visibilizar las producciones estudiantiles o los enlaces a la Radio Antena Libre y las publicaciones gráficas no especifican si son llevadas adelante desde espacios áulicos.

Por otra parte, el *slide* que está en la portada de la *web* de la Facultad está desactualizado, ya que tiene una imagen sobre el ingreso 2020, lo que podría devenir en la poca consulta por parte del público en general por considerar que no son contenidos actuales.

Si bien al navegar en la *web* se observa que la información está actualizada y si están los enlaces a redes sociales, se podría decir que la *web* es más bien informativa.



Imagen 17: Index de la página del Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas UNLaR

- Institución Pública: Universidad Nacional de La Rioja

- Departamento académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas: *web*
<https://www.unlar.edu.ar/index.php/unlar/departamentos-academicos/departamento-academico-de-ciencias-sociales-juridicas-y-economicas>
- Licenciatura en Comunicación Social: *web*
<https://www.unlar.edu.ar/index.php/oferta-academica-sociales/carreras-de-grado>
- Toma de datos: captura de pantalla: 06- 10 -2019
- Observaciones: la *web* es la de la Universidad, y el espacio de la carrera solo contiene el plan de estudios e información relacionada con el perfil del egresado y afines.

En relación al ítem B del criterio Contenidos: los trámites, matriculaciones y demás puntos del ítem son vía intranet. La solicitud de material en biblioteca requiere de hacerse socio previamente.

En cuanto al ítem C: en la *web* hay muy poca información relacionada con el plantel docente (solo nombres en el aulero) y no hay *links* a espacios propios de las materias, no se puede identificar si es porque éstos no existen.

En relación al ítem D: solo en el espacio destinado a Radio UNLAR se especifica que hay participación activa de docentes y estudiantes, pero no hay otro espacio/botón destinado a producciones de estudiantes.

Se pudo observar que en el botón de ingresantes, ubicado en el menú horizontal principal, se aloja el acceso a Secretarías: académica, de posgrado, de relaciones interinstitucionales. No así en el botón estudiantes.

En cuanto al botón graduados del mismo menú, allí se observa el acceso a diferentes servicios: residencia, gimnasio, museo, comedor, primeros auxilios y biblioteca. Si se ingresa a cada uno de esos botones, se lee que no son solo para graduados sino también para estudiantes.

En varios espacios destinados a prensa y el canal de TV se hace hincapié en la difusión de información. Inexistente presencia de producciones estudiantiles, y el diseño presenta pocas características vinculadas con la accesibilidad. Es una *web* más bien informativa.



Imagen 18: Index de la página de la Facultad de Humanidades UNSA

- Institución Pública: Universidad Nacional de Salta
- Facultad de Humanidades: *web* <http://hum.unsa.edu.ar/web/>
- Licenciatura en Comunicación Social: *web* <http://hum.unsa.edu.ar/index.php/carreras-de-grado/ciencias-de-la-comunicacion>
- Toma de datos: captura de pantalla: 06- 10 -2019
- Observaciones: primeramente la *web* es de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta, con espacio para sus diferentes carreras.

En cuanto al ítem A “Información académica y administrativa de calidad” del criterio Contenidos, no se observa ningún botón/ enlace en el que se visibilice la actividad de Extensión de la institución, por lo que no se puede saber si la Facultad no cuenta con actividades o proyectos que desarrollen esta función.

En cuanto al ítem B, si bien como el resto de las *webs* relevadas la mayor parte de las acciones que propone este ítem son vía intranet, ésta Facultad cuenta con la Cartelera virtual de Mesa de Entradas de la Facultad de Humanidades. La misma lleva a un perfil de *Facebook* y funciona como prensa institucional, pero con *posts* vinculados a notificar sobre resoluciones, normativas, información sobre elecciones de los diferentes claustros, información académica, etc.

Se observó que la *web* tiene un banner con los datos de contacto vía *WhatsApp* con las diferentes dependencias de la Facultad.

En cuanto al ítem C: si bien no se encontraron datos sobre el plantel docente de las diferentes asignaturas más que los programas, si se observó que al navegar por la *web*, permanece en el lateral izquierdo una serie de videos embebidos del canal de *YouTube*, denominados "Mi carrera en 1 minuto", ciclo de cortos en el que docentes dan una idea sobre el campo en que se desarrolla la carrera en la que dan clases. Se observan varias producciones realizadas por estudiantes dentro del espacio de dos asignaturas: Teoría y Práctica de Cine y Teoría y Práctica de TV en el Laboratorio de Producción Audiovisual Experimental (LAPAE), de la Facultad de Humanidades de la UNSa. Hasta el momento, es el único espacio de las únicas dos asignaturas que cuentan con producciones realizadas por estudiantes.

En relación al ítem F: el botón Investigación del menú horizontal principal, tiene *links* a todas los institutos de investigaciones y nombre y contacto de sus directores, pero no publicaciones o base de datos sobre aquellas que son llevadas adelante en el marco de la Facultad.

Esta *web* tiene un formato de *blog* por lo que mucha información no se encuentra rápidamente o queda muy abajo. Al chequearla desde un teléfono celular, el diseño no se adapta apropiadamente.

Observaciones generales de las webs de Universidades

Del análisis general de las *webs* relevadas se pueden identificar entonces, algunos aspectos comunes.

Todas las páginas relevadas en líneas generales cuentan con la mayor parte de los contenidos diferenciados que componen el ítem A "Información académica y administrativa de calidad" del criterio Contenidos.

En cuanto al ítem B "Realización de trámites en línea" del criterio Contenidos, los trámites en línea como matriculaciones, inscripciones a las asignaturas o visionado de notas son vía intranet. En consecuencia, si bien no se excluyó del análisis por imposibilidad de acceso, si vale destacar que el relevamiento de la muestra puso de manifiesto que solo se podía acceder a consultar bibliotecas, repositorios de trabajos finales de grado y posgrado y parte de los espacios

destinados a bolsa de trabajo de las *webs* institucionales ya que éstos sí contaban con acceso público. Por este motivo, no se pudo relevar cabalmente este ítem del formulario especificando la existencia o no de cada uno de los puntos que lo componen, pero no se desestimó la posibilidad de hacerlos, por lo que al hablar llegar al criterio Acciones, si fue seleccionada la opción de acciones de gestión.

En relación al ítem C "Información sobre plantel docente" como se mencionó anteriormente, lo ideal sería que el/la docente tuviera un espacio abierto en la aplicación institucional que funcione como una pequeña bitácora suya para contactar con estudiantes e investigadores/as, y donde pueda recomendar libros, publicar ideas y artículos, proponer enlaces e interactuar con el usuario, sin la pretensión de que el/la docente deba tener conocimientos en programación.

Luego del relevamiento, esta categoría reveló que las *webs* institucionales en general, no visibilizan los espacios de las asignaturas, ya sea porque no existen o porque no ha sido parte de la política comunicacional de la institución ponerlas en espacios accesibles para que la comunidad universitaria, e incluso el público general, pueda tener una imagen sobre el perfil de los espacios curriculares. La totalidad de los casos si deja a disposición de los y las usuarios/as los programas y planes de estudio con los datos de contacto de docentes responsables y colaboradores, pero no los Curriculum completos.

Vale mencionar que debido a la pandemia por COVID-19, es notorio el trabajo que las Facultades y Universidades han desarrollado en cuanto a la gestión virtual de algunos trámites, digitalización de materiales como formularios e incluso formularios online para emprender gestiones variadas, visibilización de espacios dentro de sus *webs* como aulas virtuales, información de contacto relacionada con grupos de las materias, ya sea en redes sociales, aplicaciones como *WhatsApp* e incluso en algunos casos, campañas sobre los cuidados y protocolos por el virus SARS-COV2.

En cuanto al ítem "Producción de los y las estudiantes" que constituye el punto D del formulario, fue una gran sorpresa el hecho que no todas las *webs* relevadas contaran con un espacio que mostrara una selección de trabajos realizados por estudiantes en el ámbito de las asignaturas designados por el/la propio/a

docente. Sí se encontraron casos en que estas producciones se canalizaron por los medios de comunicación institucionales en todos sus formatos y lenguajes: producciones gráficas, canales de *YouTube* con producciones audiovisuales que respondieran a diferentes formatos, *podcasts*, revistas digitales e incluso radio analógica y sus enlaces digitales.

Otro punto a detallar es que ninguno de los casos contiene algún tipo de contenido o botón que lleve a las actividades de las organizaciones de estudiantes.

En cuanto al criterio Acciones, como se puede leer en las observaciones preliminares, varios casos corresponden a *webs* con perfiles más informativos. Algunas de ellas incluso presentan problemas vinculados al diseño y adaptabilidad a diferentes soportes, lo que constituye un problema de navegabilidad y acceso a la información.

En relación a las acciones de comunicación, entendidas como todas aquellas relacionadas con "establecer comunidad", se destaca el diseño, navegabilidad y desarrollo de las *webs* institucionales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba y especialmente el de la Facultad Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. La FCPyRRII a través de su Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios, como se destacó en las observaciones preliminares, al pie de página de su *web* tiene un espacio destinado a la descripción del proceso de planificación y desarrollo estratégico del sitio, constituyendo el único caso con estas características:

"Pensando a la comunicación no sólo como difusión sino como espacio de coordinación de acciones, de articulación de diferencias para avanzar en proyectos; el comunicador/a como facilitador/a en la implementación de las políticas institucionales a través de acciones de comunicación que involucren a los distintos actores. Pretendemos que esta página web sea un espacio de comunicación por donde se pueda transitar fluidamente para realizar distintas tareas: buscar información, hacer un trámite, una consulta, etc. Para ello es

necesario crear un ambiente de interacción y de cercanía a través de una correcta articulación de las secuencias interactivas".²²

Concluido este apartado, se procederá finalmente al momento de toma de decisiones estratégicas que guiaron el diseño y elaboración del modelo de página *web* de la Facultad de Ciencias Humanas que propone este trabajo.

CAPÍTULO 5: ETAPAS DEL DESARROLLO

Diseño y elaboración de la propuesta modelo

Este apartado contiene la descripción y ejecución de la segunda y tercera etapa del desarrollo metodológico diseñado para llevar adelante la propuesta del diseño del Objeto de Creación de este Trabajo Final.

Segunda Etapa: Diseño y elaboración de la página web de la FCH.

El proceso para la elaboración del modelo de página *web* institucional de la Facultad de Ciencias Humanas, como se explicó en el Capítulo 2 "Recorrido Conceptual" de esta monografía, se llevó a cabo siguiendo tres fases o momentos interrelacionados que establece la autora Ramírez Chavero, Marlene O (2012) en su texto "Apuntes: Construcción de sitios *web*". La autora las denomina y caracteriza de la siguiente forma: Preproducción, Producción y Posproducción respectivamente.

En este sentido, el objeto que aquí se propone toma este ordenamiento como marco de referencia y lo lleva a la práctica. A continuación se detallarán las decisiones y actividades desarrolladas en cada uno de los momentos.

5.1 La Preproducción

Para iniciar el proceso de diseño y elaboración de una *web*, en este caso la página institucional de la FCH, es necesario identificar primeramente la necesidad a la cual se intenta responder.

²² Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios Facultad Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario web: <https://fcpolit.unr.edu.ar/secretarias/comunicacionymedios/sobreestesitio/>

Se partió de identificar que actualmente el sitio *web* institucional no poseía una arquitectura estructural que se correspondiera con un diseño adaptable, actualizado y en concordancia con los criterios establecidos por la Universidad Nacional de San Luis para el desarrollo de las *webs* institucionales de las distintas unidades académicas. Esto repercute en el acceso, funcionalidad y navegabilidad de los y las usuarios/as identificados como públicos de este trabajo.

Ahora bien, la Preproducción como momento es considerado el más importante, porque plantea y estructura todo lo que va a necesitar el diseño, desarrollo y realización de la página *web*.

Ramírez Chavero (2012) propone una organización interna de este momento, contenido por los siguientes procesos:

- Investigación / Planificación: es decir, indagar sobre qué es lo que existe en cuanto a tipos de *webs* análogas, con qué cuenta la institución, que fortalezas y debilidades se identifican del sitio a trabajar, qué parámetros o referencias se tienen al respecto, que cuestiones favorables se observan de otras *webs* y que sería plausible replicar. En consecuencia, a partir de la información recabada, se inicia una planificación ordenada de todas las actividades subsecuentes a desarrollar.
- Arquitectura del sitio / Contenido: En esta fase se desglosarán los componentes específicos. Estos son: selección del tema, objetivos, público, contenidos, navegación y visualización. Los mismos interactúan entre sí y se condicionan respectivamente.

5.1.1 Selección del tema

Como se especificó en el apartado Aspectos Teóricos, las tipologías de *webs* que establece Jaime Alonso (2008) son:

- categoría o género institucional
- categoría o género informativo
- categoría o género de acción social (ONGs)
- categoría o género de webs de universidades

- categorías o géneros de ayuntamientos.

El objeto de creación de esta propuesta, se entiende como una página *web* no un sitio -aunque la clasificación es adaptable- y en este caso, la página se enmarca en la categoría de *webs* de universidades.

El modelo propone una página institucional, no comercial, con aplicaciones *web* entendidas como herramientas que contienen acciones de comunicación institucional, aporta servicios de valor agregado a los públicos y contribuye a gestionar el conocimiento de la organización. De manera más específica, este tipo de *webs* también son catalogadas por Hugo Pardo Kuklinski en su tesis doctoral (2005) como *Webcom*, entendidos "como sitios *web* institucionales de Facultades de Comunicación. El término solo es utilizado como nombre comercial por empresas de *web hosting*, registro de dominios etc."

Iniciada esta instancia, como primer avance en el desarrollo del modelo se ponderaron características que la plantilla a partir de la cual se iba a trabajar debía contener.

Estas son:

- Menú fijo
- Colores personalizados
- Menú social
- Compatible con accesibilidad
- Diseño adaptable
- El tema de la plantilla debe estar categorizada dentro de las opciones de **Temas Educativos**

5.1.2 Objetivos

El modelo de *web* que se propone en este Objeto de Creación, tiene como objetivo principal fortalecer los procesos de comunicación institucionales por medio de potenciar la eficiencia y usabilidad de recursos digitales de la Facultad de Ciencias Humanas (UNSL), de manera que se acerquen al lenguaje y las prácticas de los/las jóvenes y los ayude en el comienzo de su vida universitaria.

Como objetivo específico, intenta mejorar el acceso a toda la información, documentos, reglamentaciones, planes de estudios y carreras, entre otros, de manera clara, amigable y adaptable a diversos dispositivos electrónicos para toda la comunidad universitaria y el público en general. El modelo *web* que se desarrolla, busca mejorar la visibilidad de la página en diversos soportes tecnológicos.

5.1.3 Público

Se delimitaron dos grandes grupos de públicos objetivos más específicos, los mismos fueron denominados "la comunidad universitaria", y "el público en general". Al hablar de comunidad universitaria, se hace referencia a estudiantes, personal docente e investigador, personal no docente y de servicios. Por otra parte al mencionar "el público en general" en este trabajo comprenderá a padres/madres de los y las estudiantes, futuros estudiantes, instituciones similares y la sociedad toda.

5.1.4 Contenidos

La organización de los contenidos es fundamental para garantizar el buen funcionamiento de la *web*. Por ello se recomienda generar una lista de aquellos que deseamos incluir en nuestro desarrollo, y que constituyen información significativa y de utilidad para el público que hemos identificado como objetivo.

Para esta instancia del trabajo, se consideró pertinente retomar los siete ítems de "Contenidos diferenciados" que conformaron el criterio del mismo nombre del instrumento metodológico para el análisis y relevamiento de las *webs* de Universidades como un parámetro ideal a lograr.

Los ítems son:

a- Información académica y administrativa de calidad

- Planes de estudios de ciclos de grado, posgrado y formación continua y otras informaciones sobre la estructura académica.
- Currículas, bibliografía y otros datos sobre las asignaturas
- Convenios con otras universidades y/o empresas
- Información sobre becas

- Horarios sobre actividades y ciclo académico
- Noticias actualizadas sobre eventos especiales como conferencias, jornadas, etc.
- Decisiones de interés de cuerpos representativos
- Publicaciones
- Cursos y talleres
- Extensión Universitaria

b- Realización de trámites en línea:

- Matriculaciones
- Solicitud de materiales a la biblioteca y otras instancias
- Visionado de notas
- Bolsa de trabajo
- Tablero de anuncios con diferentes usos (intercambio de libros, pedido de alojamiento, etc.)
- Entrega de trabajos a profesores/as en PDF u otros formatos.

c- Información sobre plantel docente:

- Curriculum completo
- E-mail y teléfono de contacto
- Historial de investigaciones e investigaciones actuales
- Sitio web personal y/o de la cátedra
- Propuestas de enlaces en función de su área temática.

d- Producción de los y las estudiantes.

- Una selección de trabajos de las asignaturas designados por el/la propio/a docente
- Enlaces a espacios webs y producciones de estudiantes de la Facultad
- Base de datos con las producciones de estudiantes en las asignaturas, con título de la obra, breve síntesis explicativa y datos de contacto, dando prioridad a los de estudiantes avanzados/as y de los diferentes posgrados.
- Actividades de las organizaciones de estudiantes.

e- Producciones digitales de la institución

- Revistas digitales temáticas, webs, bitácoras, producciones off-line u otros materiales digitales, ya sea realizados por Departamentos, cátedras, estudiantes o por la propia institución.

f- Base de datos sobre investigaciones académicas de la universidad

- Título del trabajo, una breve síntesis explicativa, autores y datos de contacto de las investigaciones que se llevan adelante en el marco de las Facultades o Departamentos, sobre todo los de posgrado. Por ejemplo, los/las estudiantes de grado podrían interactuar con los/las estudiantes de doctorado en los temas en que ambos estén interesados.

g- Enlaces a otros sitios de interés

- Acceso a recursos del ámbito específico: Universidades, medios de comunicación, consultoras, oficinas de la administración pública, bases de datos de investigaciones y cualquier tipo de enlace que pueda ser de utilidad para el usuario.

5.1.5 Navegación

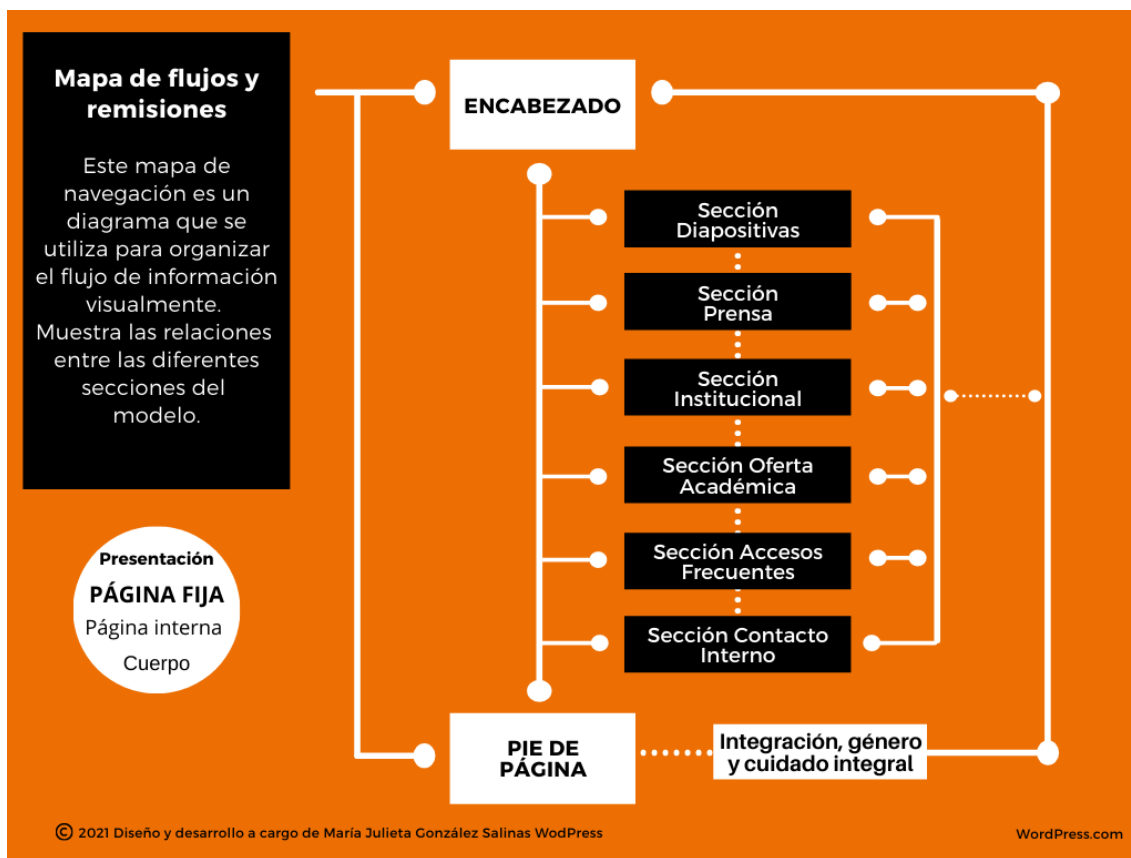


Imagen 19 Mapa de flujos y remisiones del modelo de web FCH desarrollado. Fuente: elaboración propia 2021

5.1.6 Visualización

Durante el desarrollo del Plan de Trabajo Final de este Objeto de Creación, se realizaron varias consultas a la Secretaría de Comunicación Institucional de la UNSL. Si bien en un primer momento se planteó la posibilidad de un trabajo conjunto con la persona encargada de la gestión web de esta Secretaría para que guiara el proceso, luego de las visitas realizadas se decidió emprender un nuevo camino a partir de los documentos compartidos por la dependencia.

En consecuencia, se tomó como referencia el documento generado por la Secretaría, el cual fue creado cuando se rediseñó la web de la Universidad Nacional de San Luis como se describió anteriormente en los antecedentes de este trabajo.

Este documento funciona como manual de estilo de las webs institucionales de las dependencias que componen la UNSL. El mismo describe cada una de las partes que constituyen la arquitectura de las páginas, secciones, enlaces que debe

contener, código de color identificatorio y sus gradientes para cada Unidad Académica, así como también el tamaño de algunos isologos.

El documento denominado "Criterios estructurales y políticas de calidad institucionales para el desarrollo *web* de las dependencias pertinentes de la UNSL", en su apartado "Políticas para el desarrollo adecuado de la estructura de las dependencias", detalla las siguientes características a tener en cuenta al momento de realizar un desarrollo, y en consecuencia, da estructura a la visibilización que debe tener cada *web* en líneas generales:

Cabecera:

- Título: debe estar conformado por las siglas de la Facultad seguido del texto "Universidad Nacional de San Luis".
- Favicon: debe estar conformado con el logotipo de la Facultad correspondiente o en su defecto las siglas con formato ".ico" y una dimensión de 32x32 px.
- Institucional: debe estar conformado con el logotipo/Isologotipo de la Facultad correspondiente, seguido del escudo de la Universidad Nacional de San Luis que será proporcionado por la Secretaría de Comunicación Institucional (en el caso de no contar con uno propio la Secretaría pondrá a disposición asesoramiento técnico profesional).
- Buscador: debe poseer una barra de búsqueda interna del sitio, con ubicación del lado derecho de la cabecera y centrada verticalmente.
- Redes sociales (opcional): si la Facultad posee redes sociales deberán estar ubicados sobre el margen izquierdo de la barra de búsqueda o debajo de la misma como se muestra en la imagen (solamente en el pie de página o cabecera pueden estar incrustados).

Cuerpo:

(Se descartan menús desplegables para generar practicidad al momento de ingresar en dispositivos móviles)

- Conformación de ítems del Menú principal:
 - Institucional
 - Decanato
 - Autoridades

- Consejo directivo
- Secretarías
- Unidades académicas
 - Departamentos
 - Observatorios/institutos, etc.
- Carreras
- Ingreso
- Docentes
- Alumnos
- UNSL (www.unsl.edu.ar)

Los ítems mencionados anteriormente deben estar en el menú principal sin excepción sin variante de nombre.

- Cantidad de ítems en menú: se desea mantener una sola línea horizontal de ítems de menús como se visualiza en el ejemplo.
- Integración de medios: deben contemplarse los iconos de cada medio (canal y prensa) y en el caso de la radio, el *streaming*.

Acompaña esta descripción, una serie de diseños tipo *storyboard* para visualizar mejor aún el guión:

Encabezado:

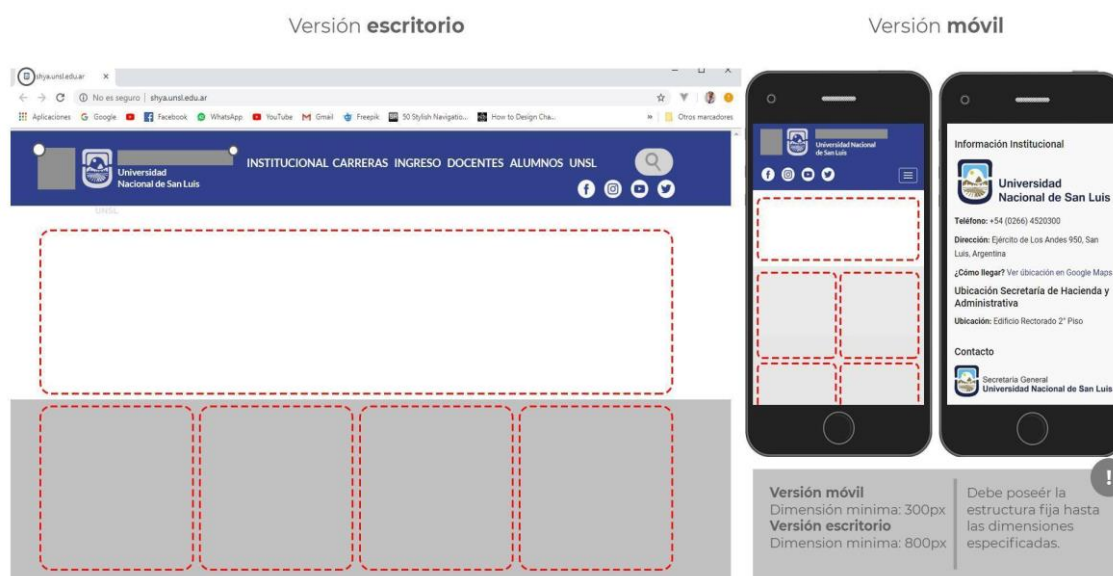


Imagen 20: Storyboard del guión web UNSL. Fuente: Secretaría de Comunicación Institucional UNSL 2019

Seccionado:

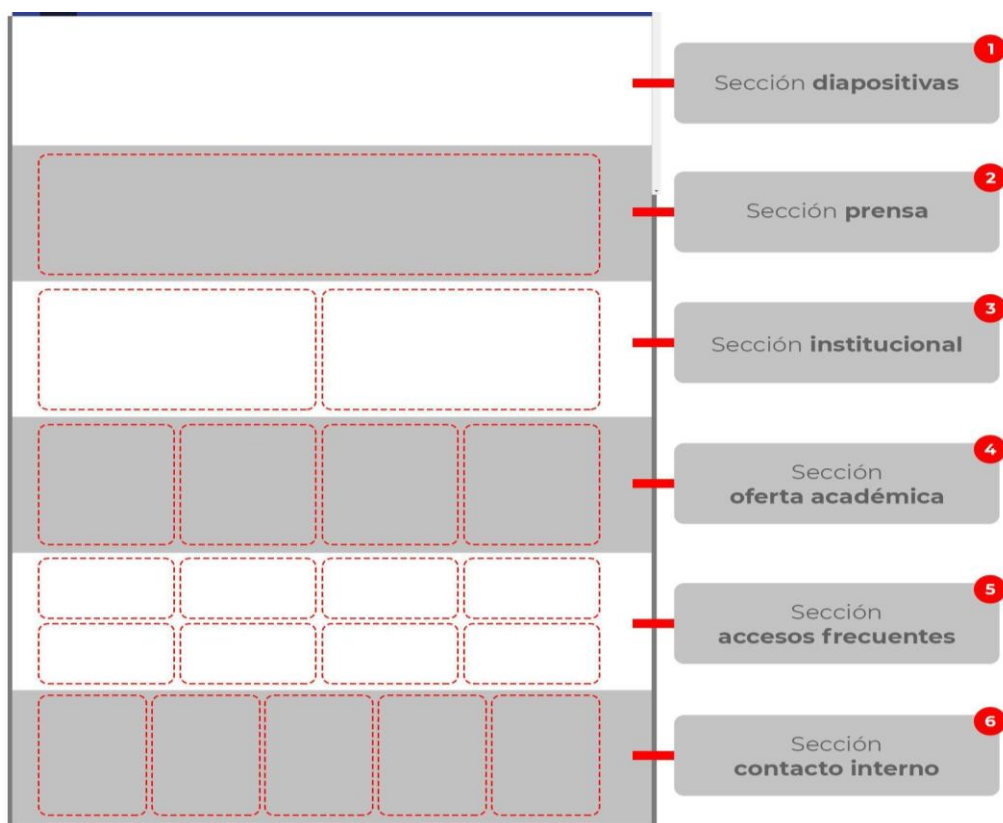


Imagen 21: Storyboard del guión web UNSL. Fuente: Secretaría de Comunicación Institucional UNSL 2019

1. Diapositivas: compuesta por 3 diapositivas como máximo. Debe poseer una altura de 300px
2. Prensa: compuesta por la sección noticias y/o agenda de la Facultad y los vínculos a los medios de la UNSL (*radio, canal y noticias*).
3. Institucional: vínculos, direccionamiento a las dependencias/secretarías de la Facultad y además
4. Oferta académica: compuesta por las carreras que brinda la Facultad, seccionado en pregrado, grado y posgrado compuesto además con los vínculos al sitio de carreras de UNSL.
5. Accesos frecuentes: botones con vinculaciones a funcionalidades del sitio y/o sitios de interés de la Facultad, se limita a utilizar grilla de 4 iconos por cada línea horizontal para obtener una fácil identificación y responsividad para dispositivos móviles
6. Contacto: ubicación de personas, mapa de la UNSL, guía telefónica de la UNSL, ubicación de oficinas.

Cada adición de una sección que no estuviera especificada en esta descripción, debía realizarse luego de solicitar asesoramiento del área de desarrollo *web* y diseño de imagen de la Secretaría de Comunicación Institucional UNSL.

Pie de página:

Seccionado:



Imagen 22: Storyboard del guión web UNSL. Fuente: Secretaría de Comunicación Institucional UNSL 2019

1. Información institucional: el primer sector está compuesto por la información institucional de la academia, este mismo debe ser representado sin modificaciones en todas las dependencias.
2. Información de contacto: compuesto por la información de la dependencia en desarrollo. Está subdividido en la información institucional de la misma y el segundo sector en las redes sociales.
3. información complementaria: información adicional de la dependencia ya sea teléfonos de contacto o ubicación en *Google Maps*.
4. Mapa de sitio: mapa que organiza la navegabilidad del sitio
5. Información técnica: Datos del desarrollador, versión de la actualización e información de contacto.

En consecuencia, el modelo de *web* que propone este trabajo, tiene un anclaje directo con estas políticas de diseño. Más adelante se especificará si se realizó alguna modificación en función de las particularidades de la dependencia para la cual se diseñó este desarrollo.

5.2 La Producción

Esta segunda fase constituyó el eje articulador entre la Preproducción y la Postproducción, cuál bisagra, ya que en esta instancia se realizó todo el trabajo de edición de los materiales recopilados.

5.2.1. Contenidos

En esta etapa del Trabajo Final, se analizaron detenidamente los contenidos del modelo de *web* que se desarrolló, ya que debían poseer claridad, pertinencia, coherencia y la extensión de los mismos debía ser la adecuada para garantizar un guión correcto.

A partir de ello, se evaluó con qué *software* y *hardware* se contaba para la edición y/o elaboración de todo el material del modelo.

Luego de considerar el bagaje teórico y práctico vinculado al desarrollo de *webs* que propone la Licenciatura en Comunicación Social de la FCH, el cual dista de asemejarse al de carreras de programación, se determinó que el *software* que se iba a utilizar para el armado de este modelo *web* debía ser WordPress. Por este motivo y en un escenario en el que internet ofrece variedad de herramientas para que los y las usuarios/as puedan generar productos destinados a la *web*, se pensó como una opción pertinente que el gestor de contenido fuese de fácil manejo, ágil y en versión gratuita.

El desarrollo de este modelo de *web* de universidad sin atribuciones comerciales, como se mencionó, se llevó adelante a partir de los lineamientos y esquema de referencia orientador desarrollado por la Secretaría de Comunicación Institucional UNSL.

La arquitectura base se trasladó a la construcción de la *web* de esta Unidad Académica, pero en cuanto a la distribución de los contenidos diferenciados se realizaron leves modificaciones a partir de priorizar y ajustar un modelo estandarizado a la realidad específica de la Facultad como una dependencia de la UNSL. No sólo porque esta *web* está dirigida a públicos objetivos particulares, sino porque la interfaz, como cara visible de todo proyecto pensado para internet, debe

responder a una planificación estratégica apta para el intercambio de conocimientos dentro de instituciones formadoras, que se emplazan en un territorio de saberes específicos, con prácticas comunicacionales propias, y que involucran a sujetos con características y necesidades particulares.

Más adelante por medio de capturas de pantalla se especificarán qué botones fueron cambiados de lugar y por qué. Vale aclarar que se utilizarán capturas ya que este Objeto se desarrolló hasta la fase de Validación contenida en la etapa de Producción, ya que a que la puesta en línea con dominio público sólo se hará una vez evaluado el Trabajo Final y validado por los órganos colegiados pertinentes. Hasta tanto, permanecerá como privado pudiendo acceder sólo con usuario y contraseñas personales.

Una vez aclarado esto, se detallará la serie de elementos trabajados para el desarrollo de este modelo de *web*: tema, recursos, colores, tipografía, edición de las imágenes y comparativa con el actual del sitio *web* por medio de *storyboards*.

5.2.2 Tema

El tema de la plantilla a partir de la cual se trabajó, estaba categorizado dentro de las opciones de **Temas Educativos** del *software* gratuito WordPress. El nombre del tema de la plantilla base era *Twenty Twenty*, pero solo se utilizó de la misma el menú principal y el pie de página. El resto de los contenidos se trabajaron siguiendo la estructura de edición por bloques.

A continuación, se presentarán las capturas de pantalla tomadas de la plantilla elegida, antes de ser modificada:

Visualización del menú principal de la plantilla

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".

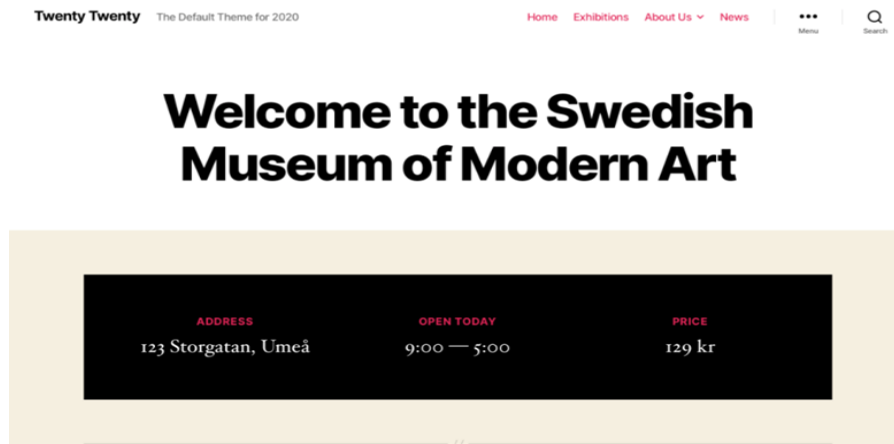


Imagen 23: Captura de plantilla. Fuente: WordPress 2020

Estructura interna

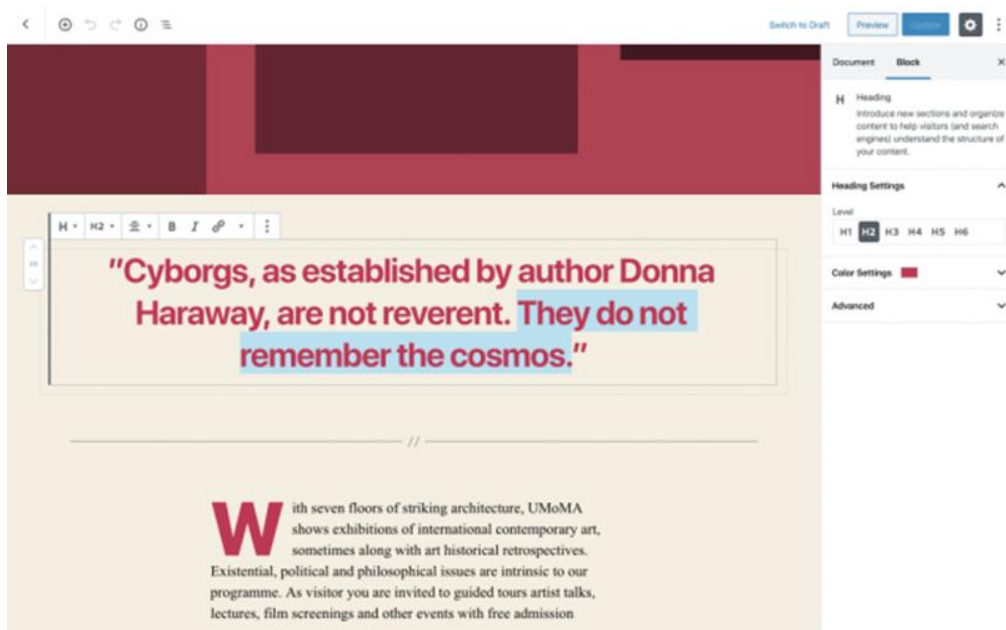


Imagen 24: Captura de plantilla. Fuente: WordPress 2020

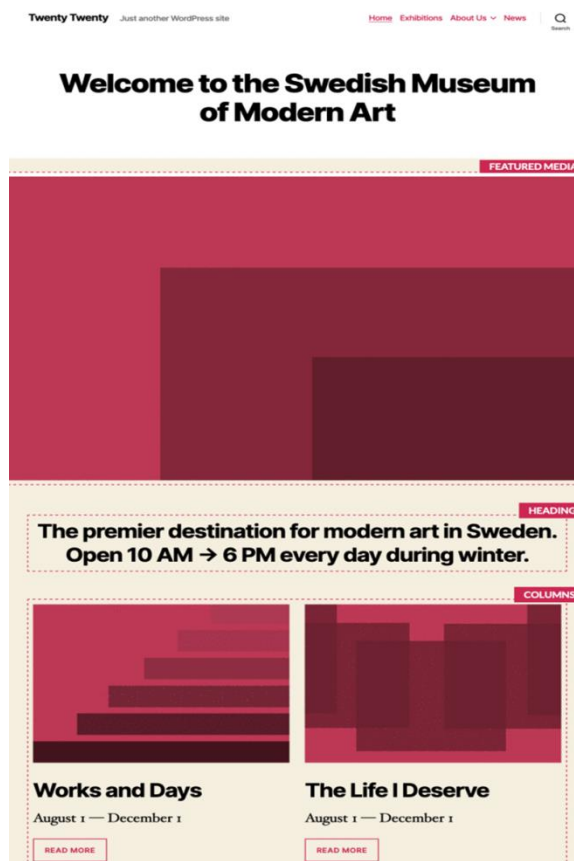


Imagen 25: Captura de plantilla. Fuente: WordPress 2020

El seleccionado, era un nuevo tema por defecto de WordPress. Su base estaba diseñada con la flexibilidad del [editor de bloques](#), lo que permitía la combinación de columnas, grupos y elementos multimedia para crear un diseño dinámico, por lo que su usabilidad era muy alta en tanto visibilizaba los contenidos diferenciados de manera pertinente.

Adaptabilidad

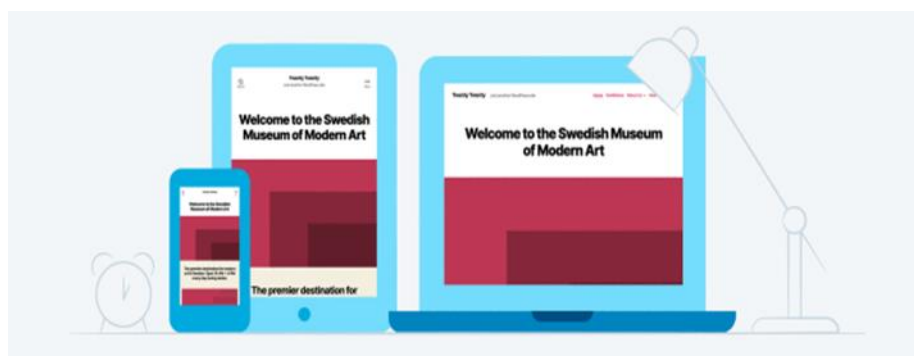


Imagen 26: Captura de plantilla. Fuente: WordPress 2020

En esta instancia articuladora, se consideraron todos los elementos referidos y ponderados en el punto "Selección del tema", es decir:

- Menú fijo: se consideró relevante que los menús principales permanecieran fijos en la parte superior o lateral de la *web*, mientras los y las visitantes navegaban por el sitio. De esta forma, no se perdía el acceso a la información institucional identificada como relevante
- Colores personalizados: se trabajó a partir de la paleta de colores y gradientes identificatorios de la Facultad de Ciencias Humanas. Para esto se consultó a la diseñadora gráfica de la Secretaría de Comunicación Institucional UNSL, quien compartió la paleta diseñada para la unidad académica en cuestión.
- Menú social: se incorporó un menú integrado de redes sociales, con iconos que enlazan a perfiles institucionales de: *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*.
- Compatible con accesibilidad: se consideró esencial trabajar a partir de una plantilla que cumpliera con las prácticas recomendadas que garantizaran la navegabilidad sin exclusiones. Estas prácticas contemplan el contraste de color, la navegación mediante el teclado, selección y tamaño de las fuentes.
- Diseño adaptable: el tema ajusta automáticamente sus diseños para facilitar la lectura y la navegación a medida que las pantallas se hacen más pequeñas
- El tema de la plantilla está categorizado dentro de las opciones de **Temas Educativos**, del *software*.
- Logotipo del sitio: la plantilla *Twenty Twenty* era compatible con un logotipo de la página, la cual funcionaba perfectamente para colocar el isologotipo de la FCH. En función de esto, se creó uno con el logo de la FCH y la UNSL integrados en formato PNG y en tamaño 500x500 px.

5.2.3 Recursos

Así como se decidió seleccionar WordPress como software gratuito para el desarrollo, en la misma línea, se utilizaron *softwares* libres de descarga gratuita y/o código abierto y plataformas gratuitas para el tratamiento de textos, imágenes, audios y videos. Se partió de entender que la interfaz gráfica de una página *web* debe ser una herramienta de comunicación al servicio de los objetivos planteados y condicionados por las propuestas curriculares y en consonancia con las

preferencias y gustos de la comunidad de usuarios y usuarias determinados para este trabajo.

En relación a lo expuesto, se utilizó la plataforma online de diseño gráfico www.canva.com para la edición y creación de todas las imágenes utilizadas en el diseño de este modelo *web*, en su versión gratuita.

Para el diseño de algunos recursos específicos que requirieron de fondos transparentes, exportar imágenes vectorizadas e incluso el empleo de imágenes específicas para fondos de mayor calidad, se pagó un mes de membresía "PRO" (en el mes de agosto 2020) para trabajar con la totalidad de los recursos que provee la plataforma. De esta forma se pudo realizar el rediseño de tamaño (*resize*) de algunas imágenes-recursos sin distorsión, crear isologos combinados con fondos transparentes etc.

Para este momento específico de la producción, se llevó adelante todo el proceso de diseño de cada una de las 166 (ciento sesenta y seis) piezas que fueron utilizadas para el desarrollo del modelo de *web*. Las mismas se emplearon tanto en la página principal como en las páginas internas que forman parte del modelo.

Las piezas gráficas fueron diseñadas específicamente para el modelo en colores RGB respetando el color y los gradientes institucionales y la tipografía definida para el proyecto. Cada una de ellas constituye un **Banco de Recursos Gráficos *web* de la Facultad de Ciencias Humanas**.

Fueron empleadas como botón específico, como fondo con las dimensiones correspondientes al tamaño de pantalla, como isologo de los accesos frecuentes, isologos FCH-UNSL combinados, botones de acceso a las diferentes carreras de pregrado, grado y posgrado, entre otros. Este Banco de Recursos Gráficos se pondrá a disposición del Área de Prensa y Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas, como aporte complementario de este Trabajo Final "Objeto de Creación".

El archivo de recursos consta de una carpeta online organizada en subcarpetas identificadas con la sección y dimensiones de las piezas para un fácil empleo:

"Banco de Recursos Gráficos del Modelo de Web FCH- Objeto de Creación"

Todos los diseños se exportaron en PNG (*Portable Network Graphics*), formato gráfico sin pérdida en la compresión. Este formato es libre y permite almacenar imágenes con mayor profundidad de color. Vale aclarar que gran parte de los íconos con que se crearon las piezas gráficas, fueron cedidos por la Secretaría de Comunicación Institucional UNSL. Los mismos fueron editados para pasarlos al color institucional de la Facultad de Ciencias Humanas.

Algunos ejemplos: (para una mejor visualización del recurso, los títulos contienen el link a la plataforma de diseño gratuita Canva que contiene estos ejemplos agrupados).

Barra de botones del Área Oferta Académica con fondo fijo 313 x 352 px



Imagen 27: Ejemplo Sección Oferta Académica. Fuente: elaboración propia 2021

Botones RRSS Área Medios 500 x 500 px

(Todos los recursos tienen fondo transparente, sin embargo para este apartado, se les agregó fondo gris para mejor contraste y visualización del ejemplo)



Imagen 28: Ejemplo iconos RRSS. Fuente: elaboración propia 2021

Botones barra institucional 600 x 250 px

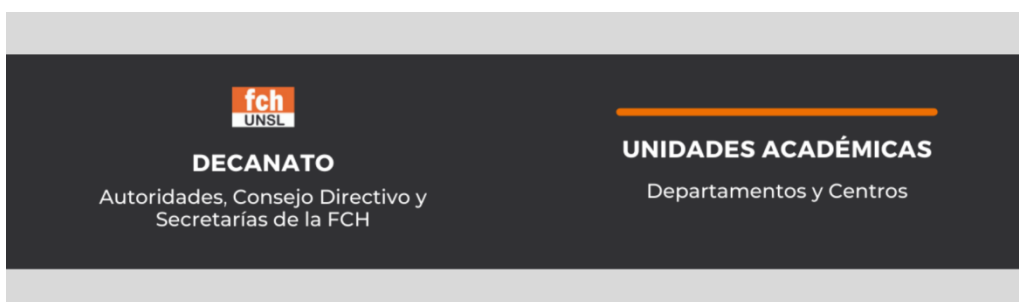


Imagen 29: Ejemplo Sección Institucional. Fuente: elaboración propia 2021

Isologo combinado con fondo transparente



Imagen 1430: Ilustración isologo FCH UNSL. Fuente: elaboración propia 2021

Botón Área Accesos Frecuentes 560 x 330 px



Imagen 31: Ejemplo Sección Accesos frecuentes. Fuente: elaboración propia 2021

5.2.4 Colores en la web

El tipo de pantalla e incluso el sistema operativo que se emplee pueden interpretar de diferentes maneras los colores. La cabecera de las *webs* en las que se encuentran habitualmente el logo y nombre, suelen tener elementos de color identificatorios, de manera que los y las usuarios/as asocien rápidamente y de manera efectiva estos componentes a una institución, producto o servicio.

La barra de navegación debe mostrar de manera clara un elemento activo (botón seleccionado) de otro inactivo, para ello es propicio seleccionar dos colores bien diferenciados.

A lo largo de todo el desarrollo de la *web*, el color es fundamental para que la experiencia de navegación sea eficiente, que no se pierda información por el empleo inadecuado de colores en combinación con la tipografía, diferenciar el fondo de la información e incluso jerarquizar contenidos. En este sentido la autora Ramírez Chavero (2012) destaca que: “una de las razones para aprovechar las ventajas del color es ofrecer al usuario la misma información pero de manera más amigable y/o persuasiva, incrementando su interés”.

En cuanto al modelo propuesto en este trabajo, se partió de la paleta creada desde la Secretaría de Comunicación Institucional de la UNSL, la cual establece los colores que corresponden a cada unidad académica y sus gradientes.

Colores de las Facultades en hexadecimal

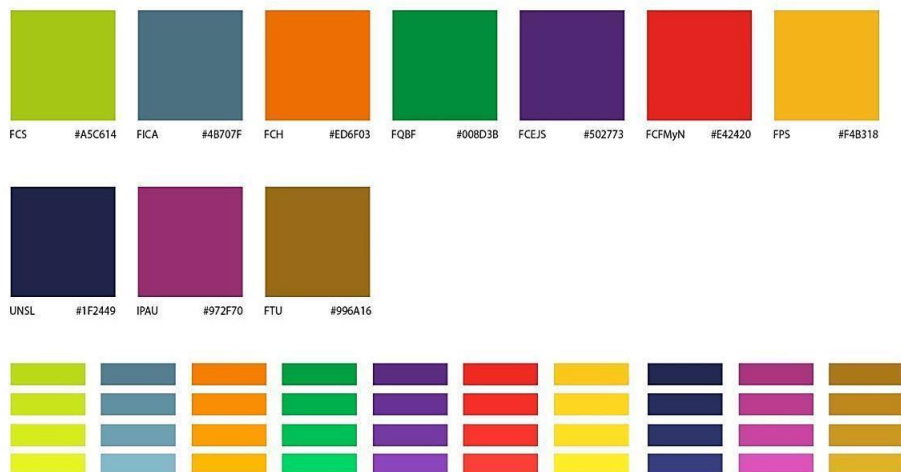


Imagen 32: Gráfico de colores de Dependencias Académicas UNSL. Fuente: Secretaría de Comunicación Institucional UNSL

De manera específica, el color institucional RGB (*red, green & blue*) es decir, composición del color en términos de intensidad de los colores primarios a la luz, de la FCH y sus gradientes son:

Color institucional y escala de gradientes (cálidos)

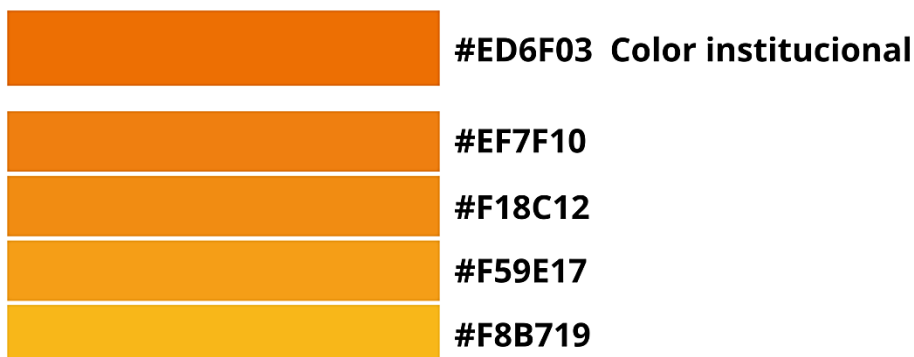


Imagen 33: Gráfico de colores institucionales y gradientes cálidos FCH. Fuente: elaboración propia 2021

Escala de colores a blanco

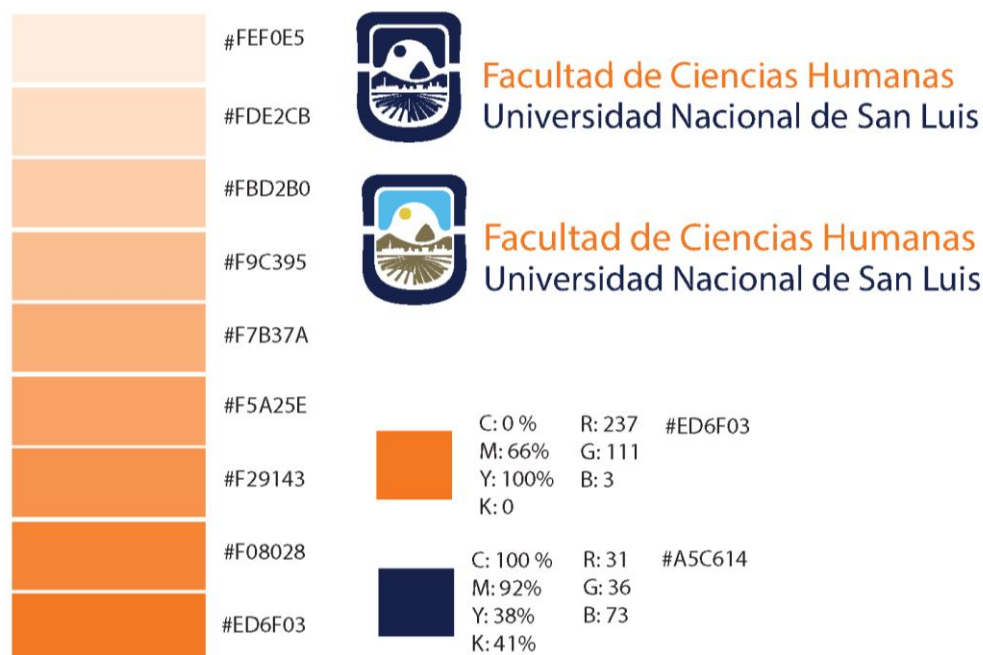


Imagen 34: Gráfico de colores institucionales y escala a blanco FCH. Fuente: Secretaría de Comunicación Institucional

5.2.5 Tipografía adecuada

La legibilidad de las letras es un factor determinante a la hora de seleccionar la tipografía ideal para una pantalla, la cual se presenta como una evolución de la tipografía para imprimir en papel ya que adquiere el componente dinámico de la hipertextualidad. No sólo tenemos textos, títulos o párrafos, sino que debemos enlazar lo que mostramos a una red mucho más amplia de información en red, en la red (*world wide web*).

Por ello, debido a que la tipografía en pantalla tiene menor resolución, las fuentes de “palo seco” o sans serif ofrecen mejor visualización en pantalla favoreciendo la legibilidad en tamaños pequeños y se muestran limpias si se aumenta la escala. Las fuentes ornamentales, caligráficas o “novedosas” por otra parte, pueden generar fatiga visual si se emplean como tipografía principal, por lo que solo se recomienda utilizarlas en títulos o subtítulos.

La tipografía adecuada para internet entonces, debe visualizarse correctamente desde cualquier dispositivo y/o sistema operativo. Otro factor a tener en cuenta es el

uso de diferentes estilos, ya sea **negrita** o *cursiva*, pero en ninguno de los dos casos se recomienda extender el uso a todo el texto, sino resaltar palabras determinadas ya que el cerebro se acostumbra y puede dejar de percibir que se quiere destacar algo de manera específica.

Algunos ejemplos de estas fuentes son: Arial, Arial Narrow, **Arial Rounded MT (Bold)**, Century Gothic, Tahoma, Trebuchet MS, Verdana.

Debido a que la versión gratuita del *software* empleado para este desarrollo, ofrecía una versión más limitada de tipos de fuentes, la tipografía empleada en este modelo fue:

Open Sans para títulos, en tamaño normal y grosor regular.

Para la fuente base se usó Arimo en tamaño normal

Imagen 35: Ejemplo de tipografías modelo FCH. Fuente: elaboración propia 2021

5.2.6 Diseño gráfico

En esta instancia de la producción, se creó el diseño de interfaz para el modelo de *web* de la Facultad de Ciencias Humanas.

Se consideraron criterios técnicos relevantes, tales como si el modelo de *web* se cargaba fácilmente, si se leía de manera fluida, y se establecieron guías visuales para que garantizaran la coherencia con las demás páginas internas.

5.2.7 Armado y diseño del objeto

A continuación, se presentan el conjunto de ilustraciones secuenciales que constituye el *storyboard* completo que da cuenta de la vista actual de la página *web* de la Facultad de Ciencias Humanas. Este guión gráfico sirve para previsualizar la estructura, poner de manifiesto las vinculaciones entre las diferentes *webs* que conforman el sitio y dar cuenta de las prestaciones que ofrece el mismo.

Como se podrá observar, cada una de las imágenes se diseñó a partir de identificar e incluir las guías visuales de coherencia interna, es decir aquellos recursos que permiten a los y las usuarios/as visualizar que se encuentra navegando al interior de un mismo sitio. Así también se tuvieron en cuenta los colores actuales de la *web* y los menús que contiene. Los bloques de contenidos están identificados con recuadros a modo de *templates*, los cuales fueron diferenciados por medio de etiquetas identificatorias de la información que contienen.

Aclaración: el *storyboard* completo de la actual *web* de la Facultad de Ciencias Humanas se creó para este trabajo en julio de 2020, por lo que la interfaz de algunas páginas internas pudo haber cambiado de manera leve. De igual manera, en septiembre de 2021 se constató que la estructura general, menús principales, menús laterales, arquitectura del sitio y diseño gráfico del mismo se mantuvieron. Para una visualización óptima del recurso gráfico ejemplificatorio, se agregó a los títulos del *storyboard* de la página de inicio y de las páginas internas del sitio, el link a la plataforma de diseño gratuita Canva.

Storyboard de la Página de inicio del sitio actual de la FCH:



Imagen 36: Storyboard de página de inicio de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020



Imagen 37: Storyboard de página de inicio de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020



Imagen 38: Storyboard de página de inicio de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Storyboard de cada una de las páginas internas que conforman el menú horizontal principal:

Institucional:

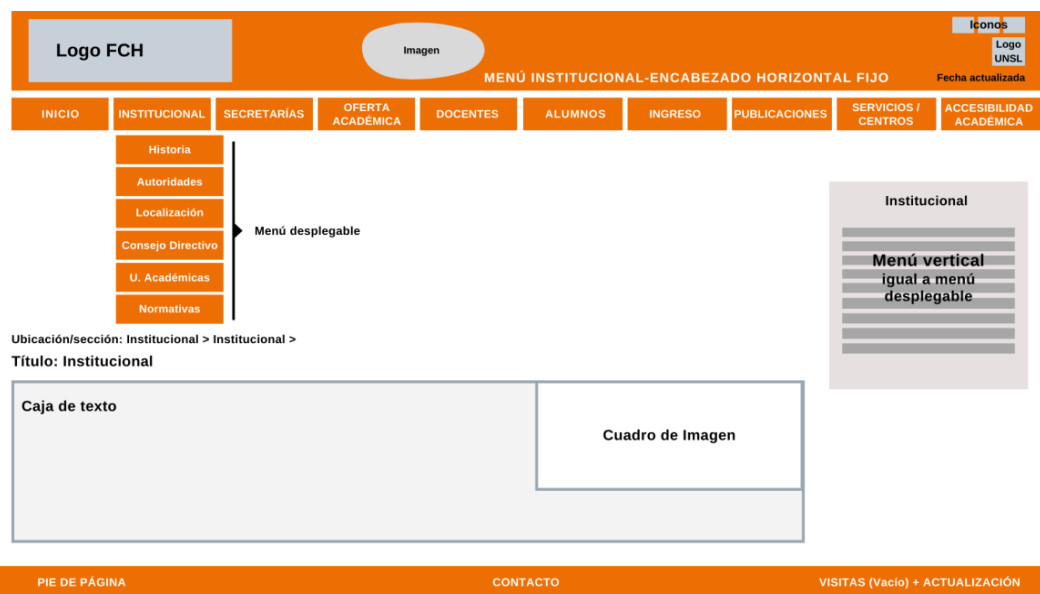


Imagen 39: Storyboard de página interna Institucional actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Secretarías:

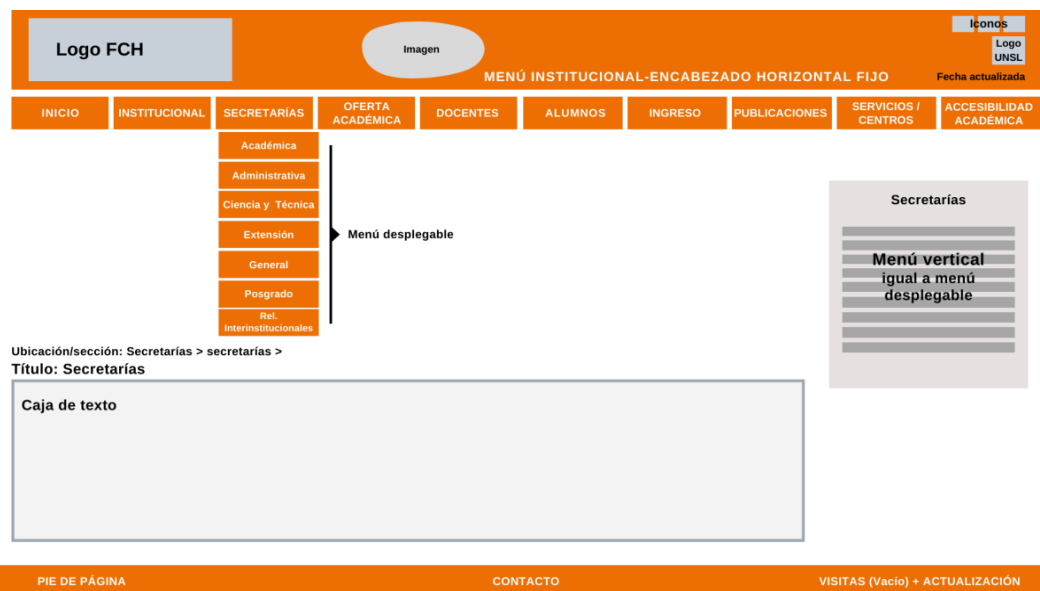


Imagen 40: Storyboard de página interna Secretarías de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Oferta académica:

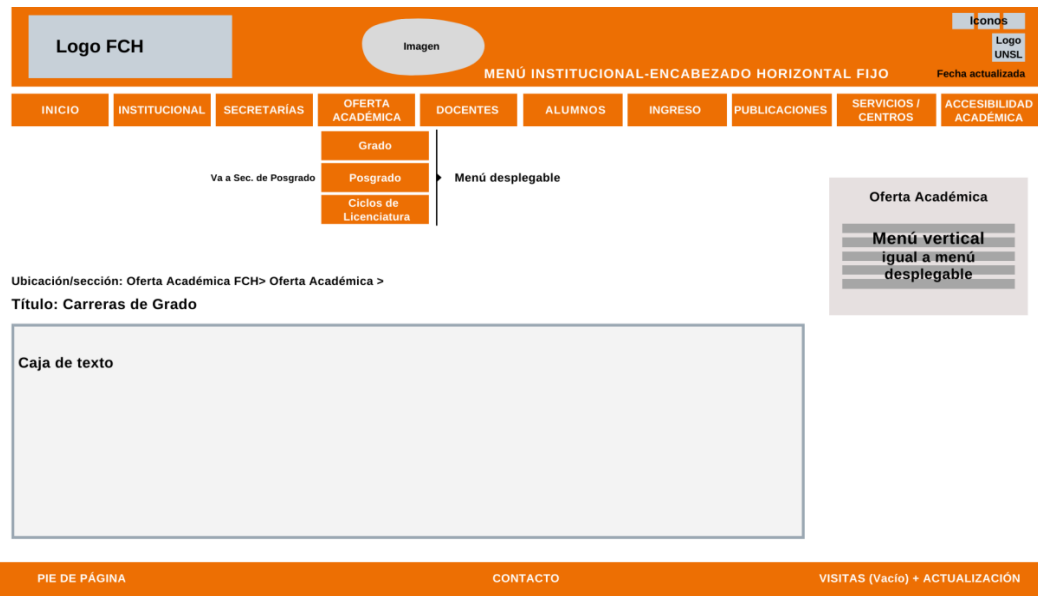


Imagen 41: Storyboard de página interna Oferta Académica de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Docentes:

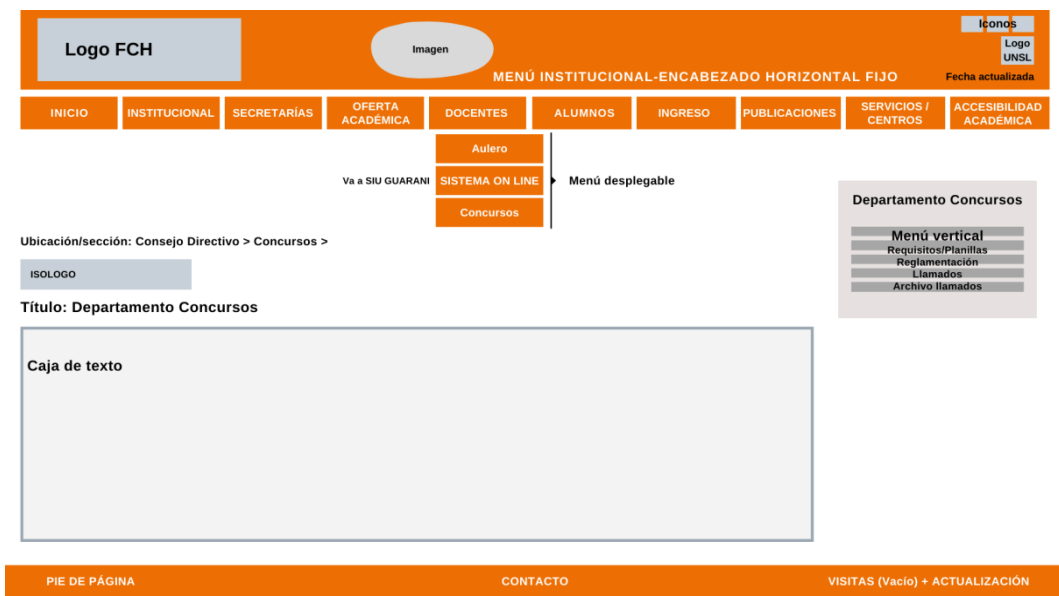


Imagen 42: Storyboard de página interna Docentes de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Alumnos (en el modelo propuesto esta web pasará a denominarse Estudiantes):

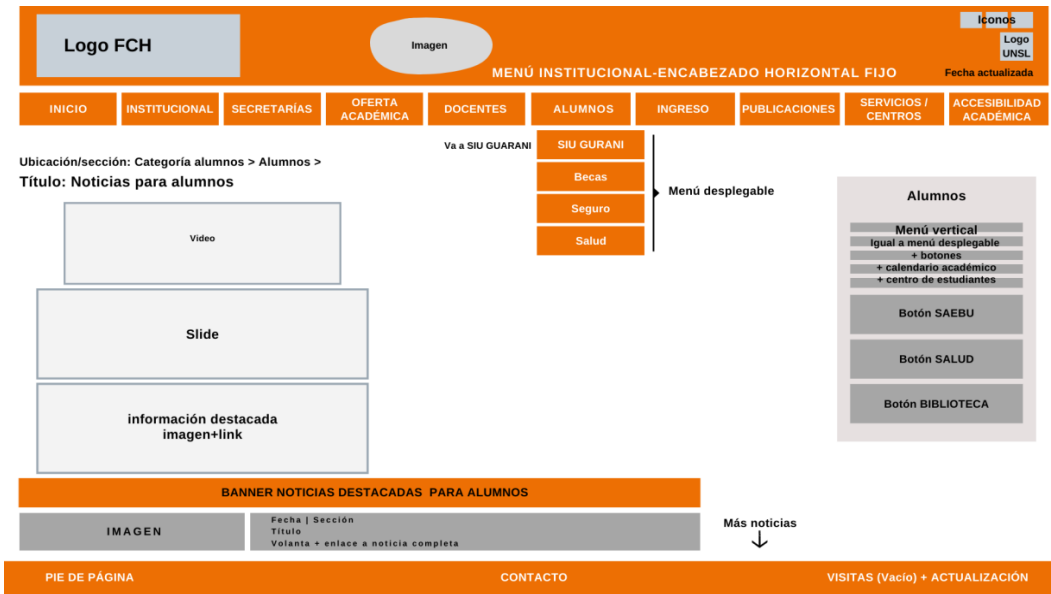


Imagen 43: Storyboard de página interna Alumnos de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Ingreso

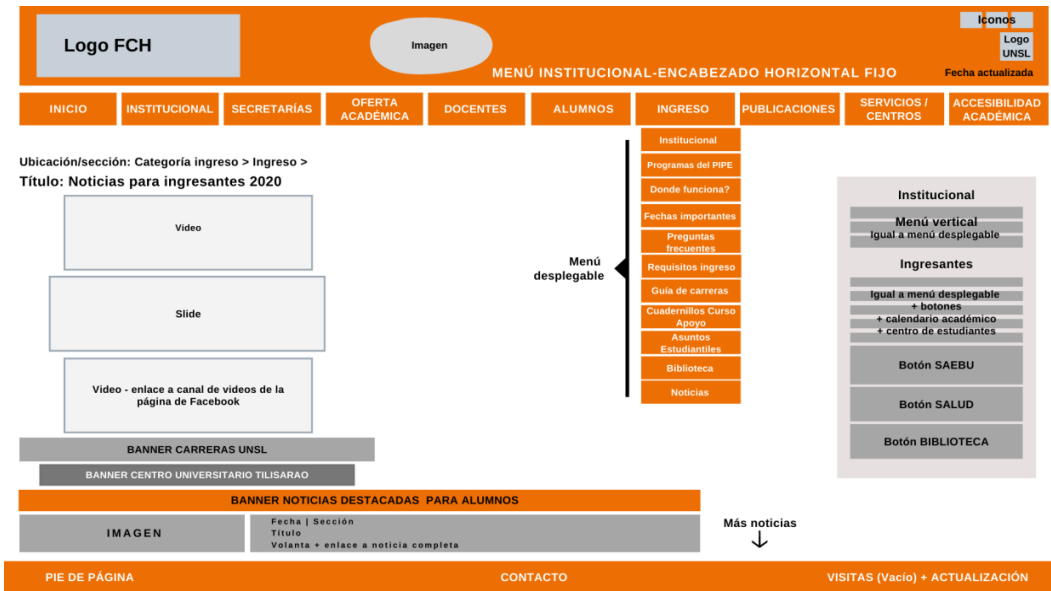


Imagen 44: Storyboard de página interna Ingreso de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Publicaciones



Imagen 45: Storyboard de página interna Publicaciones de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Servicios/Centros:

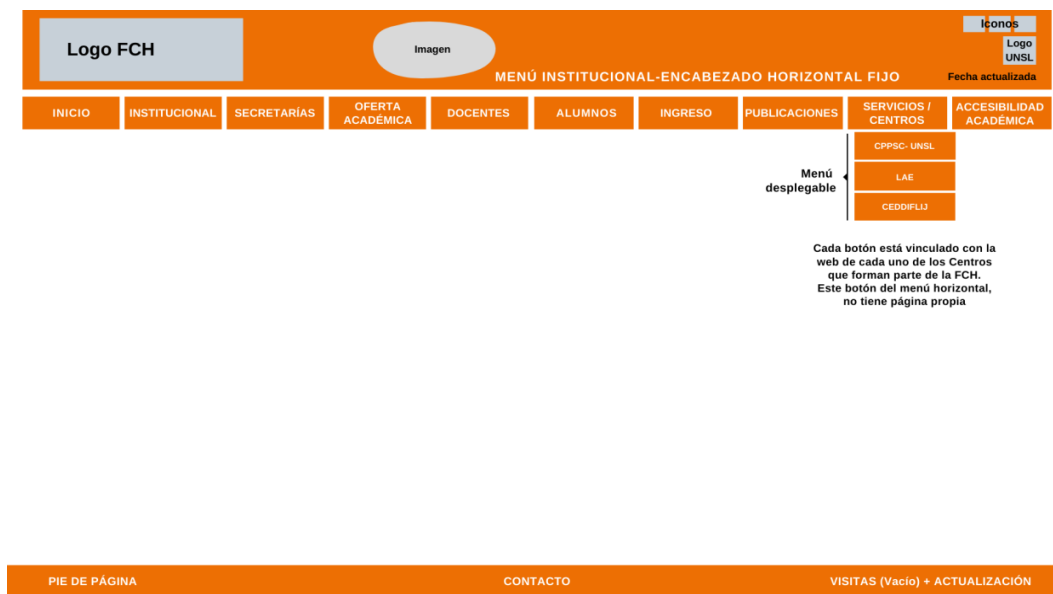


Imagen 46: Storyboard de página interna Servicios/Centros de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".

Accesibilidad Académica: en este caso, el botón del menú horizontal de la web de la FCH se vincula con la página del Programa de Accesibilidad Académica, no tiene web propia en el sitio de la Facultad.



Botón vinculado con el site del Programa de Accesibilidad Académica de la FCH. Este botón del menú horizontal, no tiene página propia



Imagen 47: Storyboard de página interna Accesibilidad Académica de actual web FCH. Fuente: elaboración propia 2020



Imagen 48: Index de página del Programa de Accesibilidad Académica FCH. Fuente: Programa de Accesibilidad Académica FCH

CAPÍTULO 6: DISEÑO, VISUALIZACIÓN Y NAVEGABILIDAD SIN EXCLUSIONES

Modelo de web creado para este Trabajo Final

A continuación se describe la estructura del modelo *web* desarrollado en este Objeto de Creación para la FCH, a partir de recuperar los ítems generales propuestos por la Secretaría de Comunicación Institucional UNSL y enumerados en la etapa de Preproducción. A partir de los mismos se sumará el detalle de lo realizado para este desarrollo particular:

6.1 Cabecera:

- Título: debe estar conformado por las siglas de la Facultad correspondiente seguido del texto "- Universidad Nacional de San Luis". Para este trabajo se creó el siguiente isologo:



Imagen 49: Ilustración isologo FCH. Fuente: elaboración propia 2020

- Favicon: debe estar conformado con el logotipo de la Facultad correspondiente o en su defecto las siglas con formato ".ico" y una dimensión de 32x32 px. En este caso el favicon contiene el logo vectorizado de la FCH con las dimensiones solicitadas



Imagen 50: Ilustración favicon FCH. Fuente: elaboración propia 2020

- Institucional: debía estar conformado con el logotipo/Isologotipo de la Facultad correspondiente seguido del escudo de la Universidad Nacional de San Luis proporcionado por la Secretaría de Comunicación Institucional. Para este trabajo se creó un isologo combinado con las siglas de la FCH y el logo en gris de la UNSL. (La imagen ha sido retocada para que se pueda leer)



Imagen 51: Ilustración isologo FCH UNSL fondo transparente. Fuente: elaboración propia 2020

- Buscador: debe poseer una barra de búsqueda interna del sitio, con ubicación del lado derecho de la cabecera y centrada verticalmente. En este modelo se agregó el buscador en la misma línea de la barra de búsqueda del menú horizontal principal (Véase en el *storyboard* de la página de inicio que se adjuntará más adelante)
- Redes sociales (Opcional): la Facultad de Humanas posee perfiles en *Facebook*, *Instagram* y *YouTube*. Debido a que se utilizó la versión gratuita del *software* WordPress, el *plugin* de redes sociales no se pudo incrustar en la cabecera de la página *web*. Debido a esto, se resolvió incluir los íconos sociales al pie de página junto con la información institucional. Así también, se agregó el bloque de contenido que corresponde para esta información en algunas páginas internas que conforman el sitio.

6.2 Cuerpo

Como describe la estructura propuesta por la Secretaría de Comunicación UNSL, se descartaron menús desplegados para generar practicidad al momento de ingresar en dispositivos móviles. A continuación se presenta el listado de ítems del menú principal, los cuales tienen los nombres escritos en mayúscula. Los mismos están acompañados de todas las páginas internas que constituyen el desarrollo de este modelo, las cuales tienen sus nombres en minúscula. Se decidió conservar este formato como guía visual y como una forma de jerarquización interna, para que fueran identificadas como páginas constitutivas de un sitio mayor.

Los ítems del menú principal según los lineamientos de la Secretaría, debían aparecer sin variante de nombre y estar organizados en una sola línea horizontal a saber: Institucional, Carreras, Carreras, Ingreso, Docentes, Alumnos y UNSL. Éste último debía redirigirse al sitio de la Universidad, como una forma de visibilizar

que la página de la Facultad conforma el ecosistema de sitios de la casa de estudios.

6.3 Mapa de navegación

El mapa de navegación del modelo de *web* de la Facultad de Ciencias Humanas desarrollado en este Objeto de Creación, debe leerse a partir de identificar la parte fija (páginas del menú horizontal principal) del encabezado, y en un segundo y tercer nivel de la lista se observan las páginas internas del modelo:

- Página de inicio
 - Información Institucional
 - Noticias FCH
 - Publicaciones
 - Consultas y Trámites
 - Trámites para Estudiantes
- INSTITUCIONAL
 - Decanato
 - Autoridades
 - Consejo Directivo
 - Secretarías
 - Secretaría General
 - Secretaría de Extensión
 - Secretaría de Ciencia y Tecnología
 - Unidades Académicas
 - Departamento de Educación y Formación Docente
 - Departamento de Comunicación
 - Departamento de Artes
 - Comunicación Institucional
- CARRERAS
 - Carreras de Pregrado
 - Carreras de Grado
 - Carreras de Posgrado
- INGRESO
 - Institucional PIPE
 - Cuadernillos
 - Curso de Apoyo 2022
 - Becas
 - Normativa PIPE
- DOCENTES
- ESTUDIANTES
- UNSL

6.4 Visualización.

Acompaña este mapa, un diseño tipo *storyboard* de la página de inicio que propone este modelo, para visualizar mejor la estructura final de guión gráfico a partir de los lineamientos establecidos para las *webs* de las Unidades Académicas. Serán cuatro imágenes: las dos primeras con la información de encabezado en versión ordenador de escritorio y teléfono celular. Las dos segundas serán del pie de página también en las dos vistas.

Luego se mostrará el diseño del seccionado propuesto finalmente, también utilizando el recurso de *storyboard* el cual es una réplica exacta del modelo desarrollado, incluso se utilizaron las mismas piezas gráficas que forman parte del Banco de Recursos Gráficos de la FCH.

Por último se presentarán cada una de las páginas internas por medio de capturas de pantalla ya que como se menciona anteriormente, este Objeto de Creación llega hasta la fase de Validación de la etapa de Producción. Es decir que, no se cuenta con un dominio público debido a que debe ser evaluado previamente a su publicación. (El título contiene el link para una mejor visualización de los ejemplos)

Encabezado y pié de página:

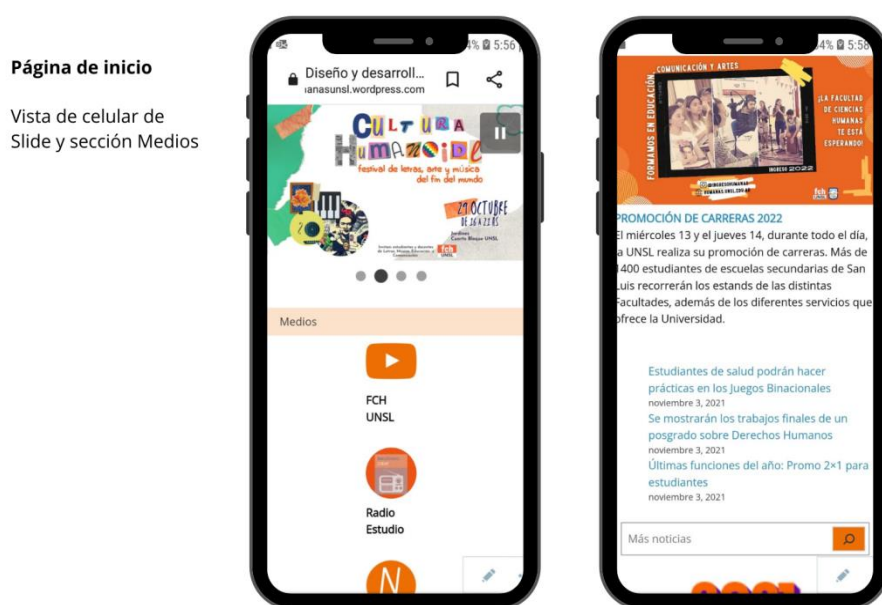


Imagen 52: Storyboard de página de inicio del modelo, vista de teléfono. Fuente: elaboración propia 2021

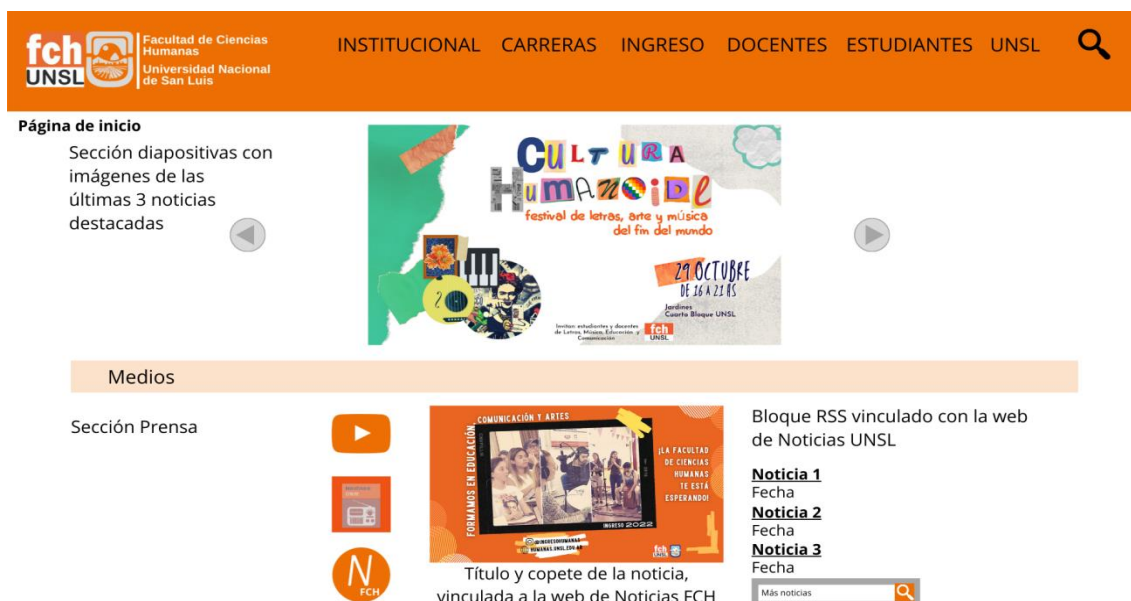


Imagen 53: Storyboard de página de inicio del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

En la Sección Prensa desarrollada para este modelo de *web* institucional, la integración de medios de la Facultad debía darse a través de los iconos de cada uno de los medios con los que cuenta la FCH. Para este trabajo se elaboró una propuesta de *web* de noticias. La misma contiene un diseño provisorio y fue creada con el fin de acercar una opción que podría desarrollarse en futuros trabajos finales. De igual manera, la propuesta cuenta con noticias actualizadas a octubre de 2021 de la FCH vinculadas con la Oferta Académica de la Facultad, eventos de interés académico, información sobre convocatorias a becas, cursos de posgrado y un bloque de contenido RSS vinculado a la página de noticias UNSL.

Por otra parte, en cuanto al desarrollo de la Sección Prensa, en la primera columna de medios, además de la *web* provisorio de noticias se agregó el botón de [Radio Estudio Online](#), para acceder a la página desde donde actualmente sale por *streaming* música y producciones de estudiantes de las asignaturas de radio de las diferentes carreras del Departamento de Comunicación de la Facultad. Por último, se sumó el enlace al canal de *YouTube* de la [FCHumanas](#).

La columna central de la sección, contiene una noticia destacada, con su *link* a la *web* de Noticias FCH creada para este Objeto, y la tercera columna contiene un bloque RSS que redirige a la página de Noticias UNSL y no a la *web* propia de la Facultad, ya que el sitio actual de noticias con el que cuenta la dependencia no

contiene los recursos técnicos y de programación específicos para que su URL sea identificado por WordPress en este bloque de contenidos.

Pié de página: (recurso creado con capturas de pantallas obtenidas desde el teléfono celular, ingresando como Administradora a WordPress)

Pie de página

Vista de celular de:
 - Barra de integración, género y cuidado integral
 - Barra Información institucional.
 Ambas se mantienen en todas las webs internas como guías visuales de continuidad.

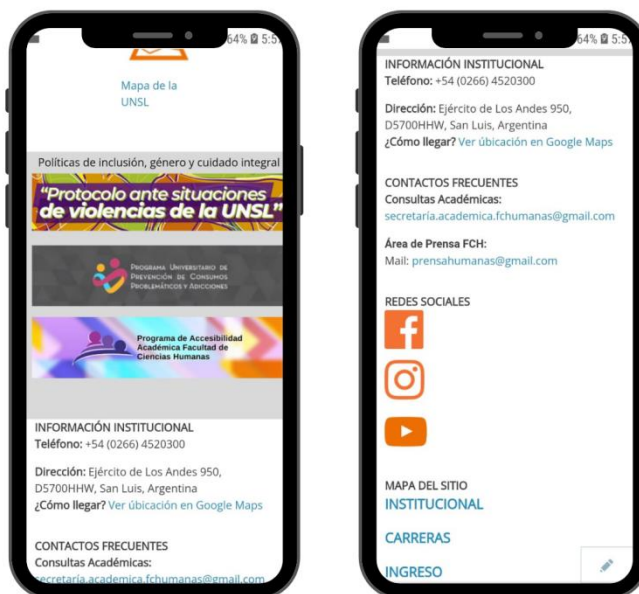


Imagen 54: Storyboard de pie de página del modelo, vista de ordenador de teléfono. Fuente: elaboración propia 2021

Pie de página

Vista de celular de:
 - Barra de integración, género y cuidado integral
 - Barra Información institucional.
 Ambas se mantienen en todas las webs internas como guías visuales de continuidad.



Imagen 55: Storyboard de pie de página del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Como se puede ver en la imagen que corresponde a la vista de ordenador del *storyboard*, el pie de página contiene dos barras o bloques horizontales de contenido trabajado en columnas:

- Una barra que corresponde a "Políticas de inclusión, género y cuidado integral, que se trabajó con fondo fijo monocromático que contiene un bloque de columnas con imágenes que funcionan como botones. El primero redirige al Protocolo ante situaciones de violencia de la UNSL, abordado por el Equipo Transdisciplinario Institucional (ETI), el segundo botón va al Programa Universitario de Prevención de Adicciones y Consumos Problemáticos, y el tercer botón en este modelo está redirigido a la *web* del Programa Accesibilidad Académica de la FCH, el cual aparece en reemplazo del Programa Universidad y Discapacidad. Este cambio se consideró pertinente ya que la Facultad cuenta con un Programa específico que aborda este tipo de temáticas.
- La segunda barra o bloque de contenidos, contiene información específica de la Unidad Académica, organizada en diferentes secciones: Información institucional, información complementaria es decir información adicional de la dependencia ya sea teléfonos de contacto o ubicación en *Google Maps*, información de contacto, sector de redes sociales y mapa de sitio.

Por último, debían identificarse aquellos datos del desarrollador/a junto a la versión de la actualización e información de contacto. En este caso, contiene los datos personales de quien presenta este Objeto de Creación por ser quien desarrolló el modelo:

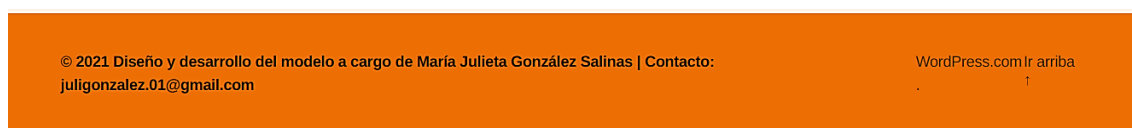


Imagen 56: Storyboard de Datos de desarrolladora del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Tanto el bloque de Políticas de inclusión, género y cuidado integral, como el de información institucional, están presentes en la parte fija y en las páginas internas del modelo para que cumplan la función de guías visuales.

Seccionado:

(Los siguientes son *storyboards* creados de manera análoga al modelo de *web* desarrollado)



Imagen 57: Storyboard de Seccionado de página de inicio del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Este trabajo propone que la Sección Institucional de la FCH contenga un botón destinado a las diferentes revistas de tipo académico desarrolladas por los Departamentos, Laboratorios y/o Proyectos de Investigación de la Facultad, como una forma más que tiene la institución de visibilizar y ponderar comunicacionalmente las producciones realizadas por sus docentes investigadores e investigadoras. Este botón redirige a una página interna desarrollada para este trabajo, con una arquitectura provisoria que también contempla el Portal Digital de Publicaciones de la Facultad de Ciencias Humanas, sitio en el que se pueden encontrar trabajos finales de graduados y graduadas de diferentes carreras de grado y posgrado. De esta manera se propiciaría el intercambio y consulta entre el claustro de graduados/as y el de estudiantes como una estrategia comunicacional que tienda a generar vínculos entre los actores que forman parte de una misma comunidad.

El botón Agenda Cultural UNSL se conservó, ya que la FCH no cuenta con un espacio propio semejante.

La Sección Oferta Académica conservó el estilo de la *web* UNSL. Su diseño se adaptó a la estética trabajada a lo largo de todo el modelo. Esta sección fue creada con un bloque de fondo que contiene una fotografía que permanece fija a medida que el/la usuario/a se desplaza por la *web*, y un bloque de cuatro columnas de imágenes. La primera redirigida a la *web* Oferta Académica UNSL, y luego se crearon las páginas internas a las que los botones Pregrado, Grado y Posgrado fueron redirigidos.

Ahora bien, en este momento de la Producción y como se podrá observar en el siguiente *storyboard*, el ordenamiento interno de los botones que componen los bloques de la Sección Accesos Frecuentes contienen una organización diferente pero no opuesta a la *web* de la UNSL. Esto debido a que si bien los criterios o lineamientos establecidos por la Secretaría de Comunicación Institucional UNSL se encuentran en un todo de acuerdo con la imagen institucional de la casa de estudios y, en consecuencia, con una estrategia comunicacional global, se consideró prioritario ajustar el modelo a la realidad de la dependencia.

Por lo expuesto, el modelo procuró dar respuesta por medio de una *web* diseñada para públicos objetivos específicos. Siempre partiendo de considerar que la interfaz de todo proyecto diseñado para internet debe responder a una planificación estratégica amigable y que propicie intercambios dentro de instituciones formativas. Las cuales se encuentran emplazadas en territorios de saberes específicos, con prácticas comunicacionales propias, y que involucran a sujetos con características y necesidades particulares.

Por dicho anteriormente, se fundamentan los cambios que se detallarán a continuación:

El primer bloque de la Sección Accesos Frecuentes, está compuesto por 4 (cuatro) botones organizados a partir de considerar a los y las docentes universitarios/as como parte del público objetivo específico. Se ponderaron las funciones que por normativa tiene este claustro y que rigen su vida universitaria en la institución: Investigación, Extensión y Docencia. Se sumó el botón a Consultas y Trámites ya que este último es de interés para toda la comunidad universitaria.

Estos cambios, como se planteó en la fundamentación de este trabajo monográfico, se realizaron para proporcionar a los diferentes sujetos que integran la institución un acceso rápido, sencillo y con una interfaz amigable a los diferentes sistemas

de gestión de la FCH, así como también a instructivos y formularios para emprender diferentes trámites institucionales, diferenciados por claustros.



Imagen 58: Storyboard de Seccionado de página de inicio del modelo, vista de ordenador de escritorio.
 Fuente: elaboración propia 2021



Imagen 59: Storyboard de Seccionado de página de inicio del modelo, vista de ordenador de escritorio.
 Fuente: elaboración propia 2021

El segundo bloque que compone la misma sección y en consonancia con lo mencionado anteriormente, fue organizado en grupos de cuatro botones alineados horizontalmente. La distribución de los mismos se realizó en función de

priorizar aspectos de la vida universitaria de los diferentes claustros. Si bien claramente no es exclusivo, se empezó por los y las estudiantes. En un segundo nivel de análisis se organizaron los botones a partir de considerar desde lo más cercano y vinculante a la FCH, a la información más amplia de la UNSL en general.

Detalle por línea de botones:

- Línea 1: Becas, Campus Virtual, Aulero y Calendario Académico. Este bloque tiene como prioridad a los y las estudiantes. Contiene información destacada sobre la vida académica.
- Línea 2: Historia FCH y UNSL, PDI (Plan de Desarrollo Institucional FCH), Comunicación Institucional e Información Institucional. Este es un bloque de índole institucional de la FCH. Contiene un botón a la página interna "Comunicación Institucional" creada para este desarrollo y cierra el botón de Información Institucional. Se colocó último ya que se tuvo en cuenta la línea de lectura como aspecto del diseño gráfico y en consecuencia lograr que se visualice e identifique rápidamente.
- Línea 3: Biblioteca, Comedor, Salud Estudiantil y Dospu. Esta línea se denominó "Bloque Servicios", es decir las prestaciones que las diferentes dependencias de la UNSL ofrecen a la comunidad universitaria.
- Línea 4: Deporte, Graduados y Graduadas, Centros de Estudiantes y Gremios. Esta línea se organizó teniendo en cuenta la representatividad de todos los cuerpos colegiados que conforman la FCH. Se agregaron los botones "Graduados y Graduadas" y "Centros de Estudiantes" a partir de retomar las observaciones generales del relevamiento de *webs* institucionales que conforman el apartado metodológico de este trabajo. Estos botones sumarían contenidos diferenciados que actualmente constituyen una vacancia en nuestra *web*. Tanto la información y/o contenidos sobre la actividad de los Centros Estudiantiles, como la vinculada con el claustro graduados/as constituirían una forma de vinculación con sujetos de grupos específicos que forman parte de la comunidad de la FCH.
- Línea 5: Obras UNSL, Fundación UNSL, Nueva Editorial Universitaria (NEU) y CONICET. Este bloque contiene información de la comunidad universitaria

ampliada, ya no solo público objetivo de este trabajo. Se consideró a investigadores/as de centros de desarrollo científico y tecnológico, las obras realizadas en la Universidad y accesos a dependencias de la UNSL con las que se está en estrecha vinculación durante el desarrollo de la vida universitaria.

A medida que la FCH vaya creciendo y sumando prestaciones o servicios, éste será el lugar en donde se alojará gran parte de la información nueva.

6.5 Guías visuales



Imagen 60: Storyboard de guías visuales del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Otros criterios estéticos y comunicacionales considerados se vincularon con el establecimiento de las guías visuales, las cuales proporcionaron coherencia visual interna a todo el desarrollo. A continuación se presenta un *storyboard* con las guías establecidas, las mismas tuvieron como prioridad no solo la coherencia sino que también mantener un buen contraste entre el fondo y las diferentes secciones o bloques de contenidos.

Como se podrá observar, los títulos son bloques de encabezado en tipografía tamaño H5 predeterminado por la plantilla educativa TWENTY-TWENTY de WordPress elegida, con fondos en tres colores: el primero en #ED6F03, el

segundo en #F18C12 y el tercero en #F8B719²³. Este ordenamiento visual no responde a una jerarquización de la información de mayor a menor importancia, sino que fue una forma que se creyó conveniente para organizar la visualización de bloques con información que puede ser diferente y/o complementaria al interior de una misma *web*.

Todos los menús de navegación empleados son verticales, letra Arimo normal de 18 px de tamaño y con fondo #Ef7f10.

Además de los criterios estéticos y comunicacionales del diseño gráfico, se respetó que la página se cargara fácilmente, que su lectura fuera sencilla y se definieron las guías visuales internas como criterios técnicos de relevancia.

6.6 Páginas fijas e internas

Una vez definida la arquitectura y diseño de la página de inicio o *índex*, se procedió con el desarrollo de las páginas fijas del menú principal y en consecuencia con las páginas internas del Objeto.

El modelo de *web* institucional que propone este Trabajo Final está compuesto por 32 (treinta y dos) páginas totales, de las cuales 30 (treinta) fueron desarrolladas en su totalidad. Solo aquellas que corresponden a las Secretarías de Extensión y de Ciencia y Técnica de la FCH contienen las guías visuales y un bloque de contenidos tentativo.

Un criterio comunicacional que se mantuvo a lo largo de todo el desarrollo, fue cumplimentar con las normas de accesibilidad. A cada botón se le agregó además del *link* correspondiente, una descripción denominada "relación del enlace", la cual funciona como etiqueta para que los *softwares* utilizados por personas con capacidad visual reducida, puedan navegar sin inconveniente y el lector identifique estas descripciones. Por ejemplo: "#acceso perfil Facebook FCH"

²³ Ver gráfico "Color institucional y escala de gradientes (cálidos)" Página 90 de este trabajo.

6.6.1 Página fija: Institucional



Imagen 61: Captura de pantalla de página interna Institucional del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

En esta *web* se reeditó un texto recuperado de la actual página de la FCH, y se agregaron botones de la Sección Institucional de la Página de Inicio, a los cuales se les crearon las páginas internas correspondientes.

La *web* se completa con tres botones de acceso frecuente: Historia FCH, PDI y Comunicación Institucional, más el bloque que conforma la Sección Contacto Interno.

- INSTITUCIONAL
 - Decanato
 - Autoridades
 - Consejo Directivo
 - Secretarías
 - Secretaría General
 - Secretaría de Extensión
 - Secretaría de Ciencia y Tecnología
 - Unidades Académicas
 - Departamento de Educación y Formación Docente
 - Departamento de Comunicación
 - Departamento de Artes

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".

- Comunicación Institucional

6.6.2 Páginas internas Institucional:



Imagen 62: Captura de pantalla de página interna Decanato del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

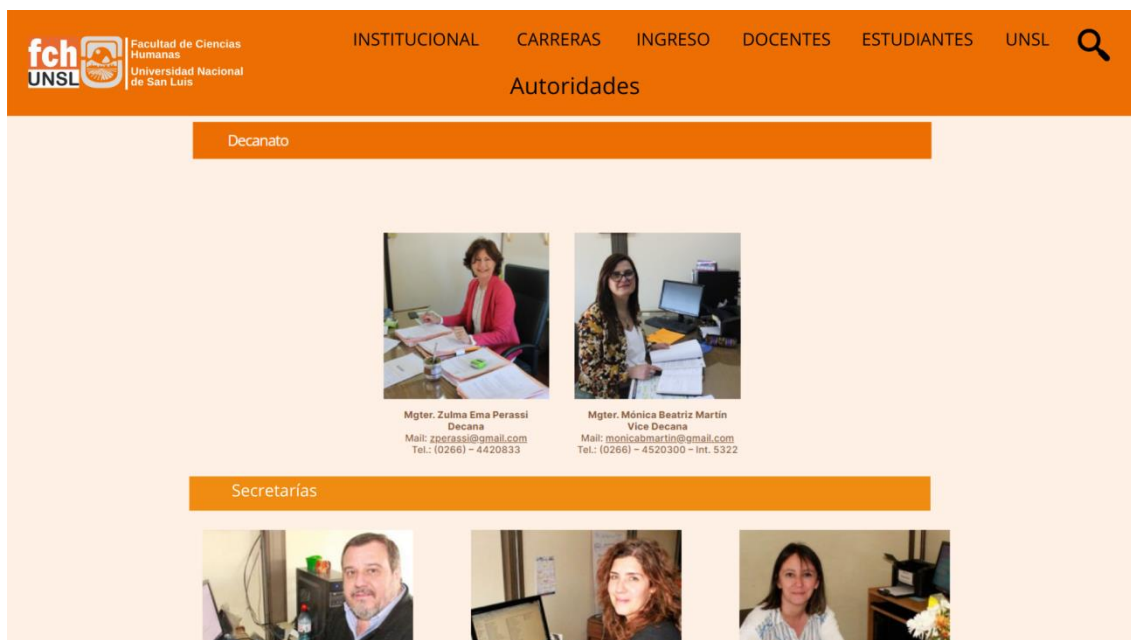


Imagen 63: Captura de pantalla de página interna Autoridades del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

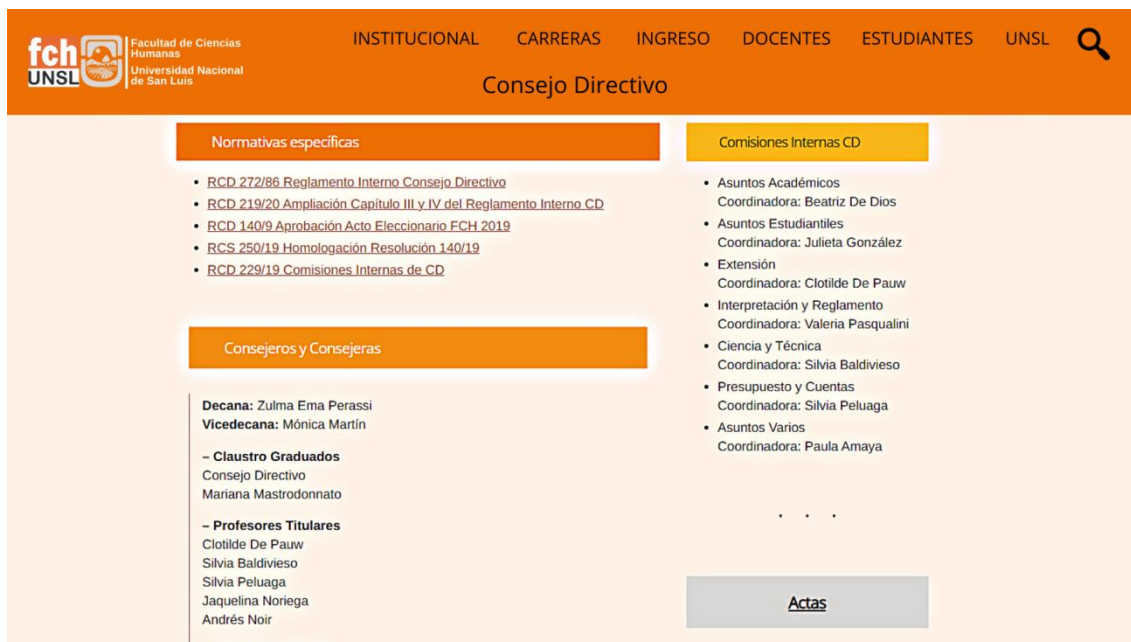


Imagen 64: Captura de pantalla de página interna Consejo Directivo del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

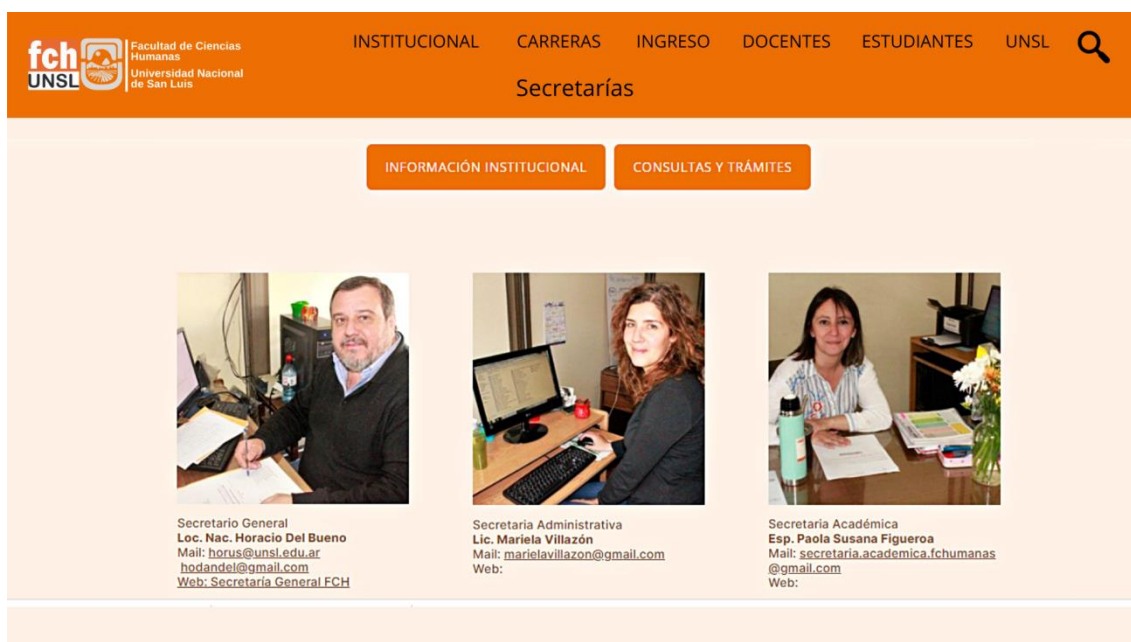


Imagen 65: Captura de pantalla de página interna Secretarías del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".



Imagen 66: Captura de pantalla de página interna Secretaría de Extensión del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021



Imagen 67: Captura de pantalla de página interna Secretaría de Ciencia y Técnica del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".



Imagen 68: Captura de pantalla de página interna Unidades Académicas del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

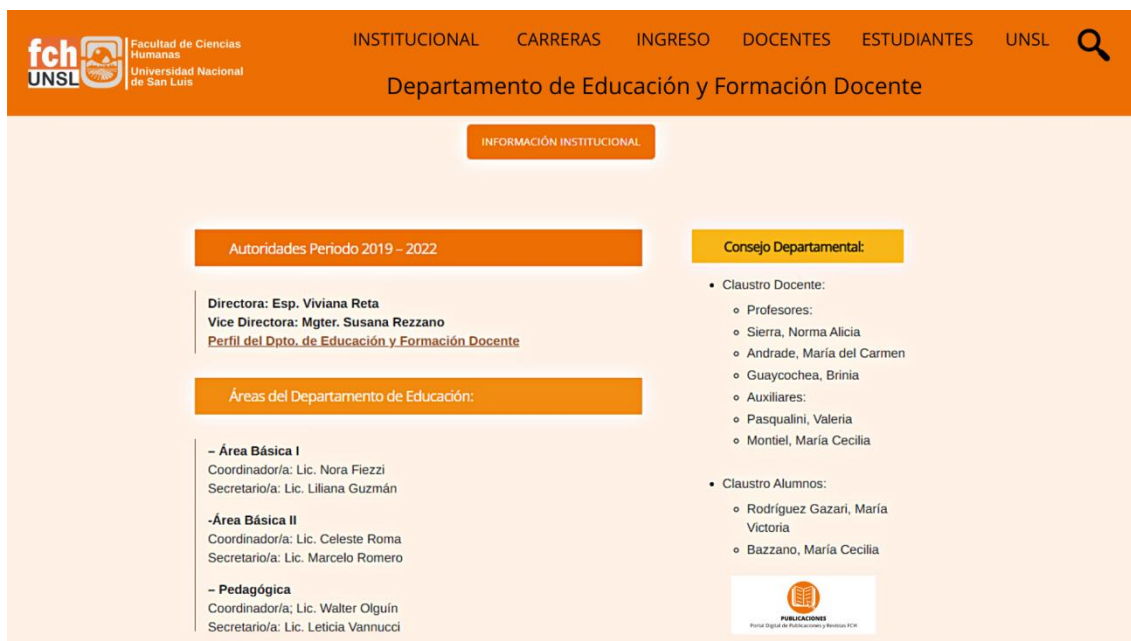


Imagen 69: Captura de pantalla de página interna Departamento de Educación y Formación Docente del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Aclaración: las webs de los diferentes Departamentos inician con el botón "Información Institucional", el cual redirige a la página del mismo nombre en la que se alojan todas las normativas referidas a la creación misma de estas Dependencias, Áreas

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".

y su funcionamiento, etc. Se completan con los *links* de los sitios propios y/o perfiles de redes sociales de los Departamentos y con los botones de "Publicaciones" y "Noticias FCH".

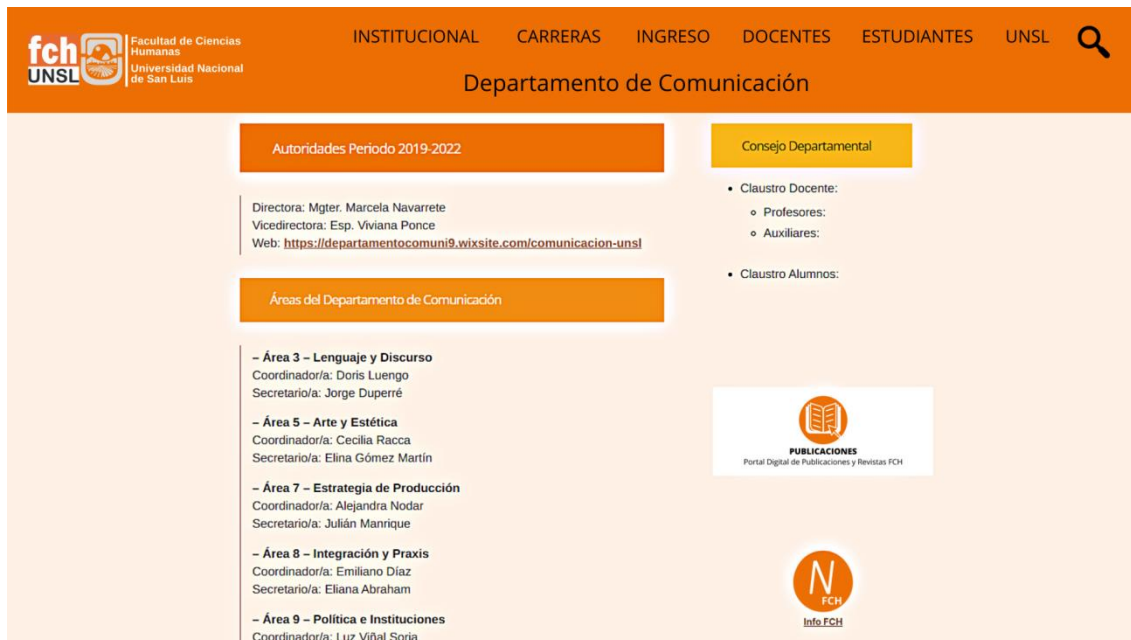


Imagen 70: Captura de pantalla de página interna Departamento de Comunicación del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

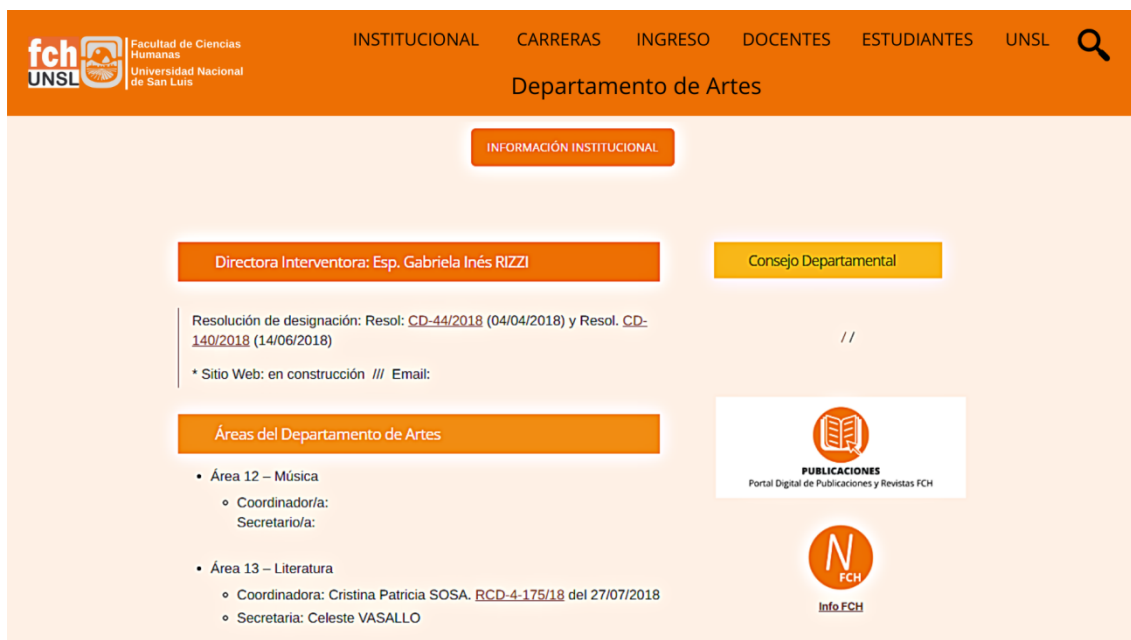


Imagen 71: Captura de pantalla de página interna Departamento de Artes del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021



Imagen 72: Captura de pantalla de página interna Comunicación Institucional del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

La *web* de Comunicación Institucional fue creada específicamente para este trabajo, entendiendo que es un Área de la FCH que en la actualidad trabaja fuertemente en todos los aspectos vinculados con la identidad e imagen institucional, en sus diferentes medios.

Se consideró propicio visibilizar el paradigma comunicacional desde el que se abordan estos aspectos, a medida que se emplean diversas estrategias para el mejoramiento del sistema de medios de la dependencia y en consecuencia la visibilización de las acciones emprendidas por los actores de la comunidad universitaria en su contexto.

6.6.3 Página fija: Carreras

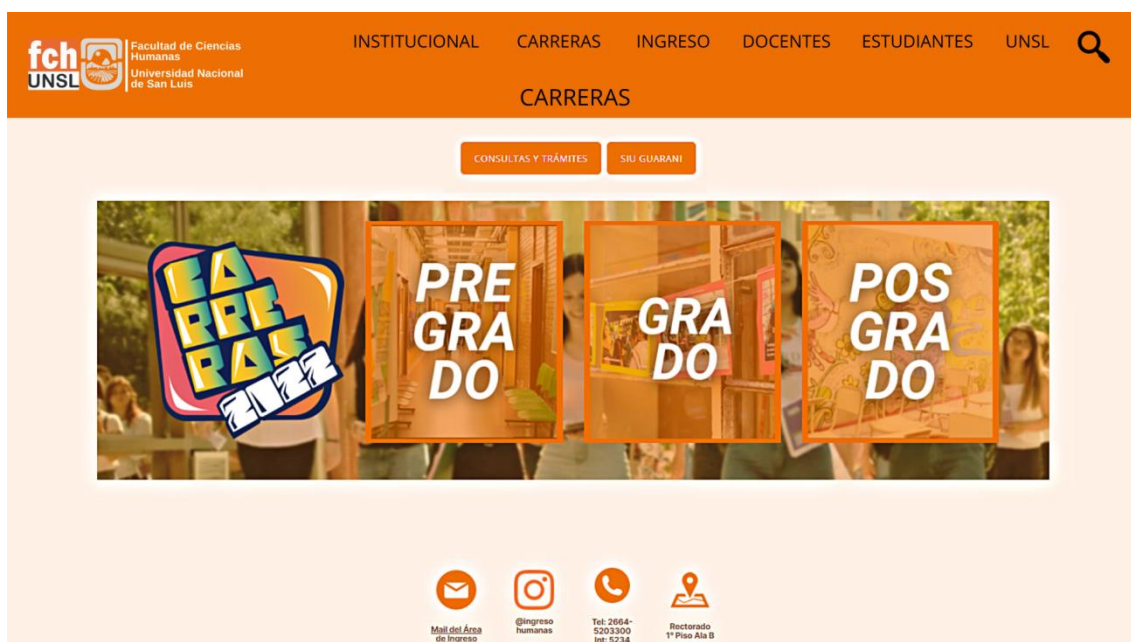


Imagen 73: Captura de pantalla de página fija Carreras del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

En esta *web* se recuperó el bloque de contenidos de la Sección Oferta Académica de la página de inicio, se agregaron botones Consultas y trámites y el de SIU GUARANI para docentes y estudiantes, como accesos rápidos y visibles a todos los sistemas de gestión de la FCH y UNSL. Si bien en la captura no se observa, esta página contiene en su parte superior una imagen fija del Ingreso 2022 que redirige al sistema de pre-inscripción a la UNSL.

La *web* se completa con los botones del bloque que conforma la Sección Contacto Interno.

- CARRERAS
 - Carreras de Pregrado
 - Carreras de Grado
 - Carreras de Posgrado

6.6.4 Páginas internas Carreras:



Imagen 74: Captura de pantalla de página interna Carreras de Pregrado del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Las páginas de Carreras de Pregrado y Grado se encuentran internamente organizadas por Departamentos. Cada uno de los enlaces, direcciona a las webs en las que se encuentran los planes de estudio, programas de asignaturas y contactos de los docentes de cada carrera.

Para estas webs a desarrollar se pensó en la posibilidad de sumar, como lo hizo la Facultad de Ciencias Humanas en marzo 2020 cuando se inició la pandemia por COVID-19, todos los mails y espacios virtuales de cada asignatura. De esta manera podrían recuperarse desde blogs de las materias, a espacios o grupos en las redes sociales en las que los y las docentes además de proporcionar sus vías de contacto, publicaran enlaces de interés relacionados con las asignaturas, tal y como propone el ítem C "Información sobre el plantel docente" de los contenidos diferenciados descritos en el apartado metodológico de este trabajo.

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".

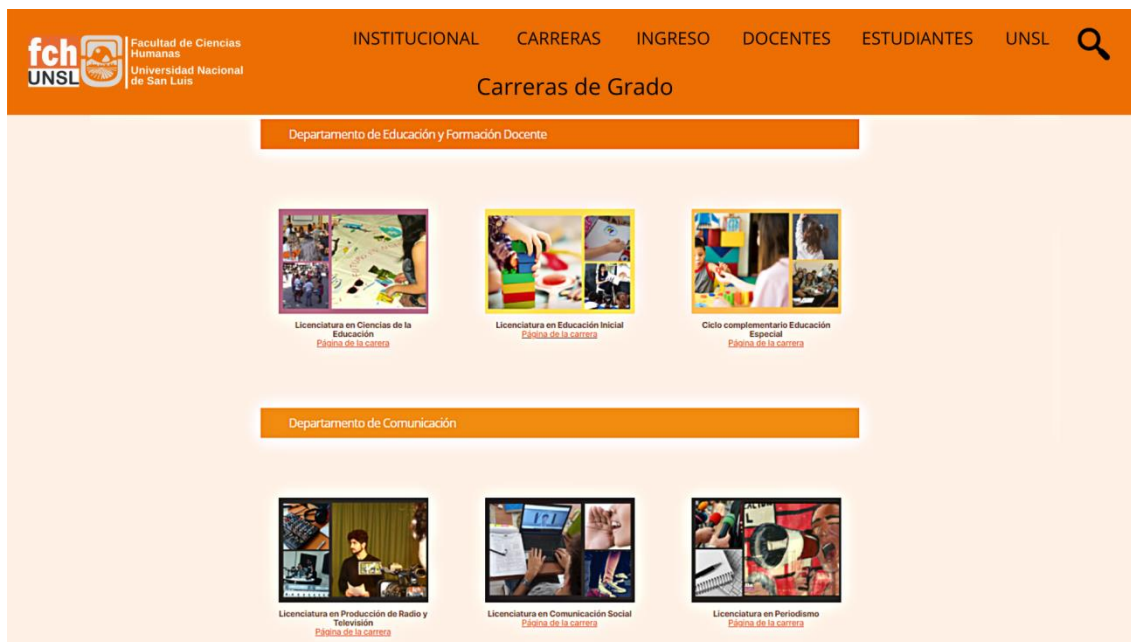


Imagen 75: Captura de pantalla de página interna Carreras de Grado del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

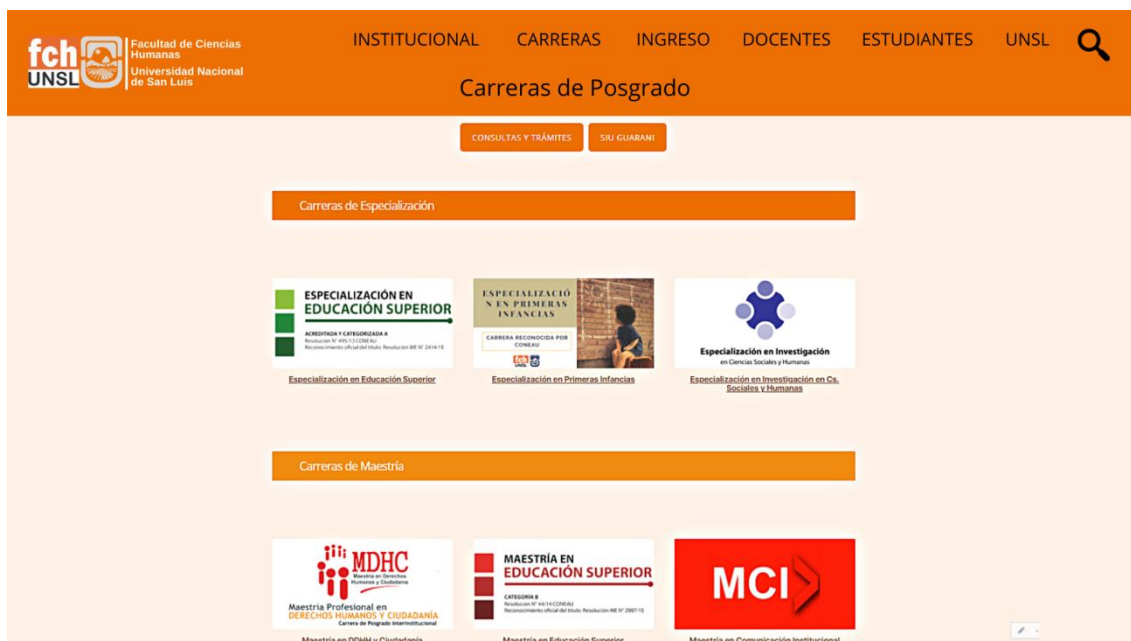


Imagen 76: Captura de pantalla de página interna Carreras de Posgrado del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

En el caso de la web Carreras de Posgrado, se organizó por Especializaciones, Maestrías y Doctorados, jerarquización que se retomó luego del relevamiento de las diez webs de Universidades ya que se identificó como conveniente y ordenadora de la oferta académica institucional para títulos de Posgrado.

6.6.5 Página fija: Ingreso



Imagen 77: Captura de pantalla de página fija Ingreso del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

La *web* de Ingreso fue una de las que más desarrollo conllevó. Esto debido a que se consideró que sus usuarios/as específicos serían personas que probablemente o no formaban parte aún de la Facultad, o bien procederían de otras Unidades Académicas. Por este motivo, se priorizó el ordenamiento y accesibilidad a la información a partir de propiciar una navegabilidad amigable y de cercanía, logrado por medio de la visualización de producciones realizadas por/para estudiantes incrustadas desde el canal de YouTube FCHumanas. Este recurso también se recuperó del relevamiento de páginas y si bien la *web* actual de la FCH los muestra, no siguen una esta estrategia específica de ordenamiento visual.

Los futuros estudiantes podrán ver así las producciones de sus pares estudiantes, quienes por medio del acceso a becas en áreas de que desarrollan lo audiovisual o convocados/as por sus docentes, han producido y realizado estas piezas. El lenguaje que se emplea busca ser inclusivo, cercano y hasta con un dejo de complicidad para fortalecer aún más un vínculo que se pretende germinar y fortalecer.

Si bien en la captura no se observa, esta página contiene en su parte superior una imagen fija del Ingreso 2022 que redirige al sistema de pre-inscripción a la UNSL.

La página se completa con los botones del bloque que conforma la Sección Contacto Interno pero con datos específicos de la Secretaría Académica y el Área de Ingreso y Permanencia de los y las Estudiantes (PIPE).

- INGRESO
 - Institucional PIPE
 - Cuadernillos
 - Curso de Apoyo 2022
 - Becas
 - Normativa PIPE

6.6.6 Páginas internas Ingreso:

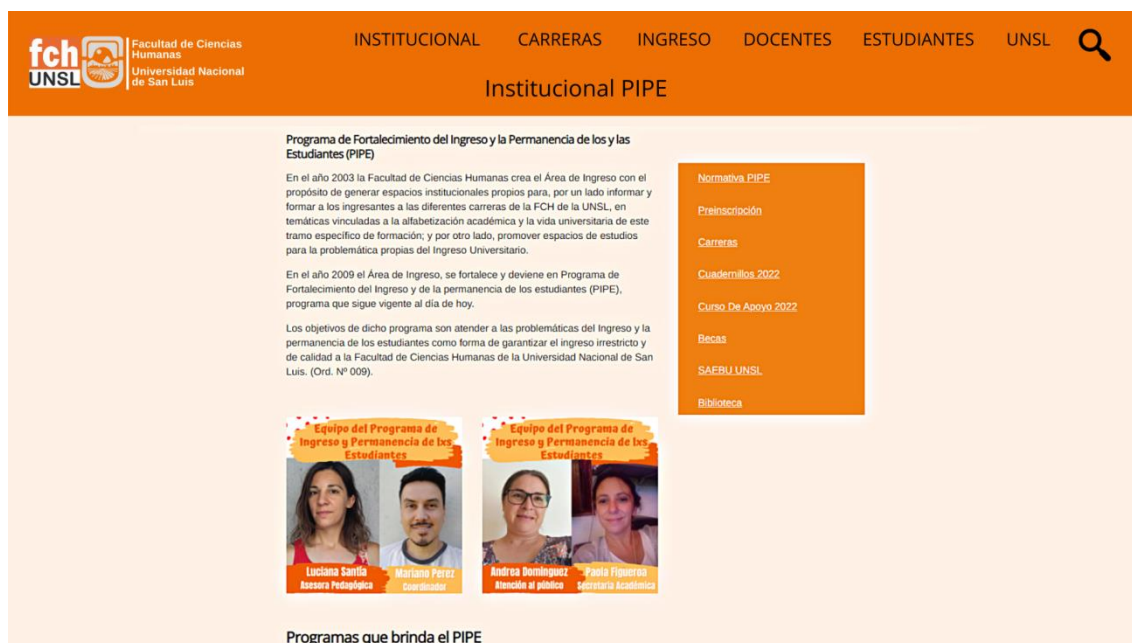


Imagen 78: Captura de pantalla de página interna Institucional PIPE del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Esta página contiene información sobre el Programa de Ingreso y Permanencia de los y las Estudiantes (PIPE), los nombres con fotografías del equipo del PIPE para mejor identificación de sus actores a la vez que se humaniza la visualización de los datos. Así también se completa con los servicios que ofrece el Programa:

Trabajo Final "Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis".

Servicio de Orientación y Atención Psicológica (SOAPsi) y el Servicio de Orientación y Atención Pedagógica (SOAPed).

Esta web al igual que la página fija, mantiene el menú de navegación con el agregado del botón "Normativa PIPE" y la Sección de Contacto Interno con el Área de Ingreso de la Facultad.

La siguiente web aglutina todas las normativas vigentes vinculadas al PIPE, su creación, implementación, tutores y tutoras entre otros.

Ord. CS: N°	Fecha	Descripción
Ord. CS: N° 33/02	03/1 2/02	Año 2003: Creación PIPE-Universidad Nacional de San Luis
Resol. CS: N° 87/03	16/0 5/03	Implementar en la UNSL el "Sistema de Tutorías de Pares".
Ord. CD N° 09/09	29/0 9/09	Creación del PIPE
Ord. CS N° 08/12	27/0 3/12	Respeto de la IDENTIDAD DE GÉNERO.
Ord. CD N° 04/12	19/0 6/12	Reglamenta las TUTORÍAS DE PARES.
Ord. CD N° 08/12	26/0 6/12	Unificación de reglamentación sobre el funcionamiento del PIPE
Resol. D N° 1039/18	04/1 2/18	Aprobar la Propuesta del Curso de Apoyo para Ingresantes 2019, para estudiantes aspirantes a las Carreras de la FCH- UNSL. PIPE - Anexo único.

Imagen 79: Captura de pantalla de página interna Normativas PIPE del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

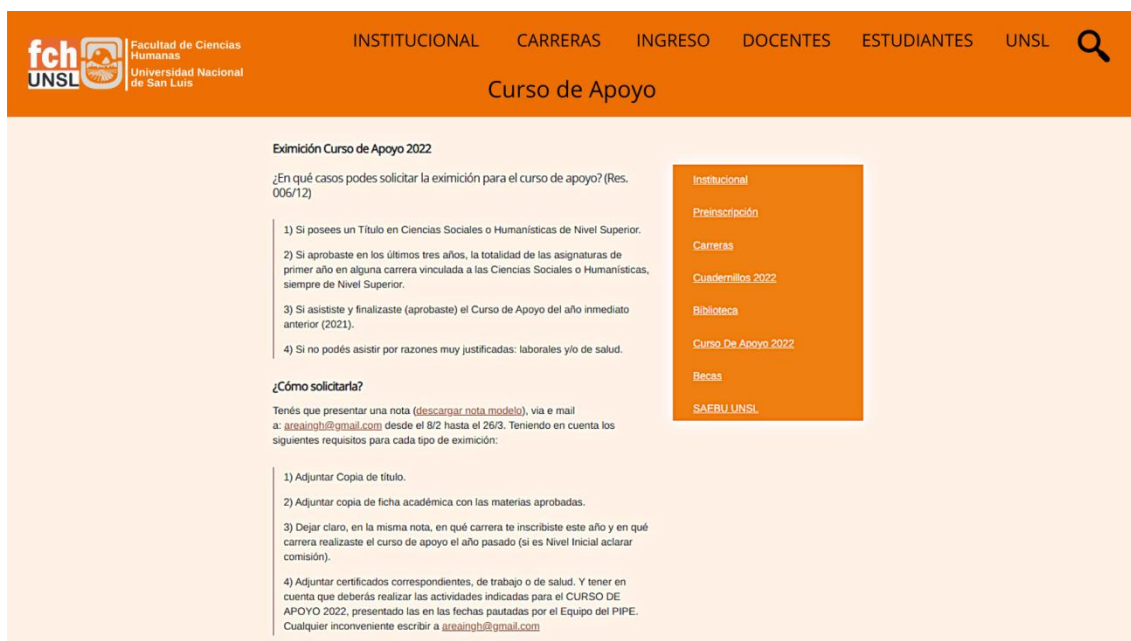


Imagen 80: Captura de pantalla de página interna Curso de Apoyo del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

En cuanto a la *web* "Curso de Apoyo", se mantuvo el texto que actualmente se encuentra en la página de la FCH con algunos retoques de redacción. Los formularios fueron subidos a drive, de manera que no solo se puedan descargar directamente, sino que también se permite su previsualización.

Se completa el menú de navegación con los vínculos a Cuadernillos 2022 cuya página no está actualmente creada ya que no se contaba con ese material. Bibliotecas que se redirige a la página actual de la Biblioteca "Antonio Esteban Agüero", y el vínculo a la Secretaría de Asuntos Estudiantiles y Bienestar Universitario (SAEBU) UNSL.

Por último, se encuentra como parte de las páginas internas de Ingreso, la *web* de Becas. La misma se pensó como un espacio que agrupe todos los diferentes tipos de becas y pasantías a las que los y las estudiantes pueden acceder. Agrupa desde convocatorias de la Facultad, hasta las becas que ofrece el Estado Nacional.

Esta *web* se propone como un espacio que aglutine todas las opciones de financiamiento que la Universidad Pública ofrece. Se completa con un botón a "Formularios y Trámites" para que funcione como una oficina virtual de acceso permanente y el botón a la *web* de Noticias FCH, para acceder a las notas vinculadas con cada convocatoria.

Vale destacar que a esta página se puede acceder también desde la *web* de inicio en la Sección Accesos Frecuentes. Se propuso este doble ingreso para propiciar un

mejor acceso de ingresantes que estén por emprender sus trayectos formativos y quieran conocer opciones para costear sus estudios. Así también se consideró la totalidad de la comunidad universitaria ya que cuenta con información para docentes y graduados/as, y el público en general.



Imagen 81: Captura de pantalla de página interna Becas del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

6.6.7 Página fija Docentes:



Imagen 82: Captura de pantalla de página fija Docentes del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Docentes es una *web* que se pensó de manera integradora. Desde la barra de Accesos Frecuentes destacada del inicio que se vinculan con la investigación y el proyecto de página de la Secretaría de Ciencia y Tecnología, el enlace a la Secretaría de Extensión FCH con sus Centros y Programas, a las normativas y sistemas de gestión docentes.

El recorrido incluye los botones de acceso a Posgrado, que estaría vinculado con la Secretaría de Posgrado FCH en un futuro, y el Departamento de Concursos que actualmente redirige a las convocatorias a concursos e inscripción de aspirantes del Digesto UNSL.

El calendario académico, las *webs* de las publicaciones de los diferentes Departamentos, laboratorios y Proyectos de Investigación y la agenda cultural de la UNSL cierran el recorrido propuesto en esta página interna.

El acceso a las noticias y redes sociales institucionales, se agregaron para que los y las usuarios/as objetivo, contarán con todas las herramientas comunicacionales a un solo *click* de distancia.

6.6.8 Página fija Estudiantes:

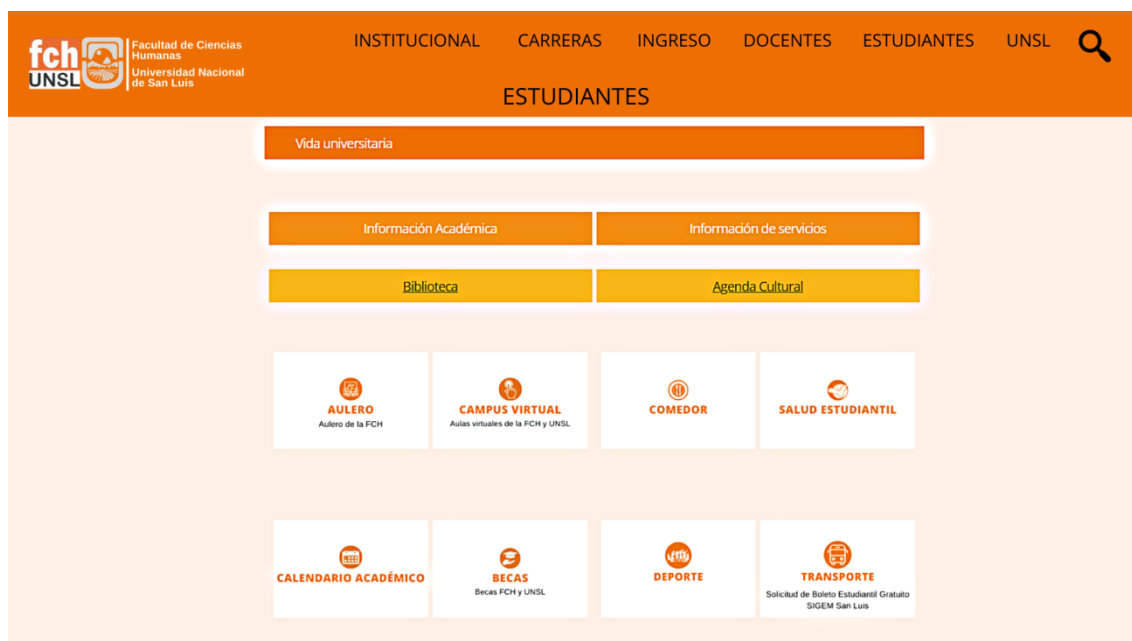


Imagen 83: Captura de pantalla de página fija Estudiantes del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

La página de estudiantes en consonancia con la de docentes también se desarrolló teniendo en cuenta varios ítems de los Contenidos diferenciados y que actualmente constituyen una vacancia en la *web* de la Facultad y de la Universidad.

Si bien la captura de pantalla limitó la visualización de esta página, la misma tiene en su parte superior los botones: Consultas y trámites y SIU GUARANI. Luego sigue la barra de carreras, que se omitió ya que se ha podido observar en otras capturas anteriores y a continuación se distribuye toda la información que sí se puede observar en las dos capturas de esta página interna.

Se trabajó con un bloque de dos columnas en tamaño amplio, las cuales tienen como primeros bloques los encabezados: Información académica e Información de servicios.

La columna Información académica contiene gran parte de los puntos del ítem A de los contenidos diferenciados que propone Hugo Pardo Kuklinski (2005) sobre "Información académica y administrativa de calidad".

En este desarrollo, se optó por integrar toda la información sobre:

- planes de estudios de ciclos de pregrado, grado y posgrado de la estructura académica,
- en consecuencia y si se retoma la sugerencia efectuada sobre las páginas internas de Carreras: las currículas, bibliografía y otros datos sobre las asignaturas
- se agregó el botón "Internacionalización" con la misma estética que los accesos frecuentes, para aportar información relacionada con convenios con otras universidades del país y extranjeras sobre estancias de intercambio y afines,
- información sobre becas
- horarios sobre actividades y ciclo académico
- se encuentra el botón a Noticias FCH, para los y las usuarios/as objetivo puedan mantenerse actualizados/as sobre eventos especiales. conferencias, jornadas, etc.
- decisiones de interés de cuerpos representativos
- se sumó el botón "Publicaciones", en donde se encontrarán las revistas digitales temáticas, producciones *off-line* y/u otros materiales digitales, ya sea realizados por Departamentos, cátedras, estudiantes o por la propia institución. De esta

manera los/las estudiantes de pregrado y grado podrían interactuar con los/las estudiantes de posgrado en los temas en que ambos estén interesados.

Se busca propiciar una visión ampliada de las posibilidades, recursos y actores que conforman la comunidad universitaria, mientras desarrollan sus trayectos formativos en un territorio cuya delimitación geográfica no se reduce a un par de edificios.

Por otro lado, se encuentra la columna Información de servicios, la misma inicia con la agenda cultural de la Secretaría de Extensión Universitaria UNSL, la cual también cuenta con una oferta de cursos y talleres. Luego continúan todas las prestaciones que ofrece la UNSL y que fueron retomadas de la página de inicio: Comedor, Salud Estudiantil y Deportes.

Los botones "Transporte", "Vivienda" y "Beneficios" fueron aportes que se incorporaron luego de no encontrarlos en la web de la Facultad ni de la Universidad, y que surgen de lo analizado en el relevamiento de las webs en el apartado metodológico.

Estos puntos, como detalla Kuklinski (2005) en su ítem G de los contenidos diferenciados, se denominan "Enlaces a otros sitios de interés"

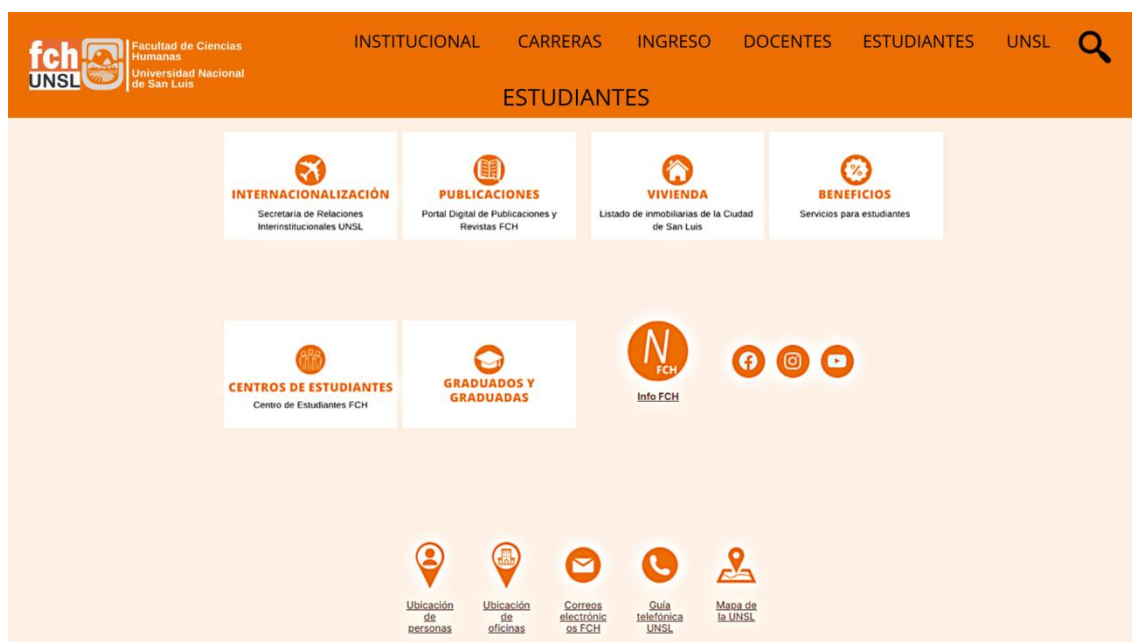


Imagen 84: Captura de pantalla de página fija Estudiantes del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Estos accesos a recursos del ámbito específico universitario, se vincularon con:

- SIGEM, Sistema Integral de Gestión Municipal. En este enlace, pueden acceder a la tramitación y/o verificación del Boleto Estudiantil Gratuito por medio de la plataforma de la administración pública del Municipio de la ciudad en la que se encuentra la FCH.
- El botón "Vivienda" contiene un enlace que redirige al listado de inmobiliarias de la ciudad de San Luis con sus ubicaciones y contactos, extraído de la plataforma *Google Maps*.
- Por último se integró el botón "Beneficios" que en este modelo está vinculado con la web www.soyestudiante.com.ar la cual funciona como un sistema de registro para la compra de pasajes de colectivos de media y larga distancia con descuento de estudiante universitario. Este último botón sería en donde se incorporarían todo tipo de enlaces que puedan ser de utilidad para el público específico a futuro.

6.6.9 Página fija UNSL:

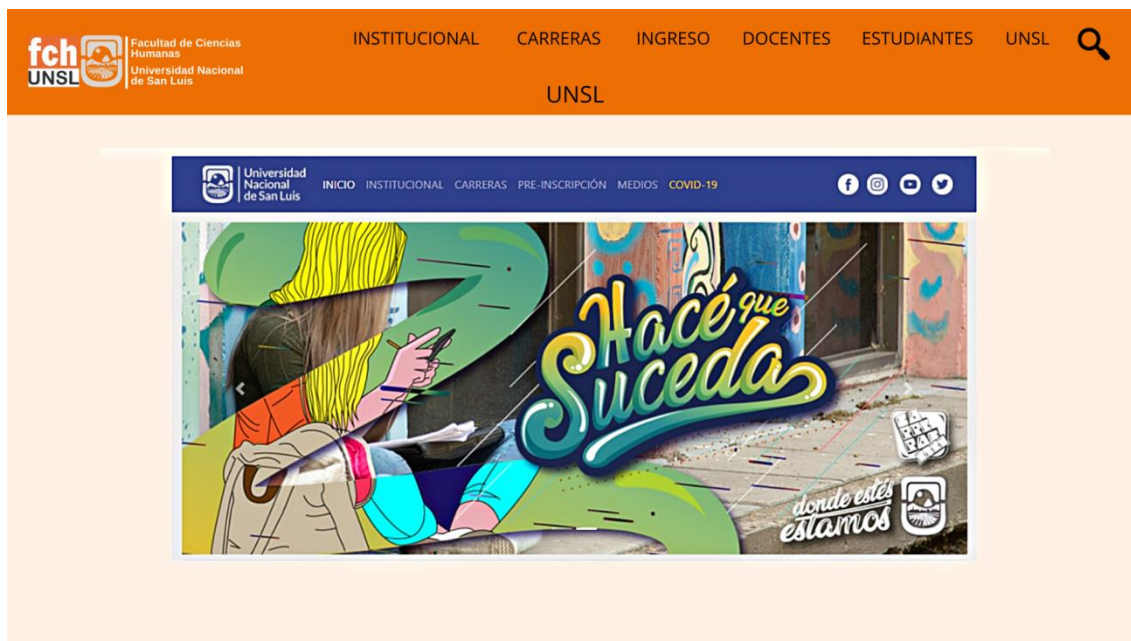


Imagen 85: Captura de pantalla de página fija UNSL del modelo, vista de ordenador de escritorio. Fuente: elaboración propia 2021

Por último encontramos la página fija UNSL.

Debido a que la versión que se utilizó para desarrollar este modelo fue la gratuita, no se pudo vincular el ítem del menú encabezado a la URL de la *web* UNSL.

De igual manera, se resolvió incorporando una captura actualizada de la portada de la página institucional de la UNSL, y se la complementó con el *link* de redireccionamiento, funcionando como un gran botón o imagen fija de anclaje.

Hasta aquí se elaboró la producción del Objeto de Creación **Tema: Diseño y desarrollo de webs de universidades: "Actualización de la página de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis"**.

Como etapa en la que se aborda el proceso de diseño y elaboración de una página *web*, esta instancia es probablemente una de las más extensas y determinantes para el proyecto.

Las dos partes constitutivas de esta fase, el contenido y el diseño gráfico, están organizadas según los siguientes procesos:

- Diseño / Armado
- Prueba / Validación
- Publicación

Una vez concluidos estos procesos nos encontramos con el momento de la **Postproducción**. En esta fase se considera que el trabajo ya está terminado, listo para ser evaluado y consecuentemente es puesto en línea.

Tercera Etapa: Validación del modelo de página web de la Facultad de Ciencias Humanas.

Como se explicó en el apartado teórico de este Trabajo Final, la Postproducción como momento está constituida por los siguientes procesos:

- Evaluación de funcionalidad general con usuarios avanzados y con el usuario meta.
- Corrección de posibles errores
- Publicación
- Promoción

Cuando se elaboró el Plan de este Trabajo Final, se consideró oportuno establecer que de las fases o momentos que comprendiera este Objeto de Creación se desarrollarán hasta el proceso de Validación, fase constitutiva de la etapa de Producción del modelo de página *web* de la FCH.

Esto debido a que al pertenecer a una institución universitaria es menester que sea evaluado previamente a su publicación por los órganos colegiados pertinentes, quienes oficiarán de veedores del trabajo, a la vez que será el momento de efectuar las pruebas correspondientes del diseño del mismo.

Una vez evaluado este Objeto de Creación, y en tanto la comunidad de la Facultad de Ciencias Humanas considere plausible su aplicación, se analizarán los pasos a seguir.

Se entiende que de realizarse, será un trabajo conjunto con personal de la Dirección General de Tecnologías de la Información de la Universidad Nacional de San Luis, quienes recuperarán el modelo propuesto para incorporarlo con sus sugerencias, modificaciones y recursos relacionados con la seguridad informática, al ecosistema de las *webs* de la Universidad.

PIE DE PÁGINA

Observaciones finales a modo de cierre

Este trabajo fue concebido como una propuesta modelo de actualización de la actual *web* institucional de la Facultad de Ciencias Humanas, la misma entendida como una herramienta de comunicación digital que propicia el acceso a gestiones y recursos propios de la vida académica.

Por ello, se trabajó sobre un modelo cuyo diseño pretendió ser amigable, adaptable a distintos dispositivos y que respetó las prácticas recomendadas para garantizar la navegabilidad sin exclusiones.

Desde su gestación fue concebido sobre la base de ser un modelo en los términos ya definidos de Hugo Pardo Kuklinski, autor de fuerte referencia para este trabajo.

Este Objeto de Creación implicó el diseño de más de ciento cincuenta piezas gráficas que dieron vida a las treinta y dos páginas del desarrollo. Las mismas fueron elaboradas a partir de las pautas y lineamientos sobre imagen institucional, establecidas por el Área de Diseño y Desarrollo *Web* de la Secretaría de Comunicación Institucional (UNSL), en lo referido a la arquitectura general.

Así también se emplearon estrategias comunicacionales que tuvieron en cuenta criterios estéticos específicos de diseño gráfico y criterios técnicos de relevancia para la elaboración de páginas *webs* de una institución universitaria.

Esta necesidad de actualización demuestra que un desarrollo como el que se propone tiene una razón institucional y contextual. La actualización de los medios y herramientas con los que cuenta una institución educativa -en este caso la FCH- para visibilizar y socializar las prácticas que emprenden sus actores, no puede perder de vista las nuevas formas de vinculación social, de apropiación del conocimiento y de acceso a los espacios que habitan.

Por otra parte, la incorporación periódica de nuevos sujetos debe contemplar que los recursos institucionales deben ser amigables y favorecer la navegabilidad al emprender nuevos recorridos.

Vale decir que constituiría una diferencia trascendente que a través de las dependencias encargadas de la comunicación institucional, se diseñara y emprendiera una política tendiente a generar espacios *web* que propicien la funcionalidad, navegabilidad, acceso a la información/contenidos específicos, y generación de comunidad, en los casos que no cuenten aún con algo semejante.

Sin recaer en la réplica seriada de las arquitecturas de las *webs* que conforman los ecosistemas de sitios de cada Universidad, la globalidad de espacios en internet de este segmento de instituciones podría incluso, fortalecer y/o elevar la imagen institucional en sus territorios a partir de identificar las particularidades contextuales, identitarias y la especificidad de la población usuaria. Así también, la optimización de los procesos de gestión al ser ventanillas permanentes junto a la calidad de la formación ofrecida, el cuerpo docente y las formas de emprender las funciones de investigación, docencia y servicio, harían que estos espacios digitales estén en un todo de acuerdo con una política comunicacional que

potencie el ingreso, permanencia y egresabilidad de más personas en sus trayectos formativos.

Lo expuesto, en concordancia con las palabras que se retoman a lo largo de este trabajo de Adriana Amado:

“la comunicación pública tiene una dimensión política insoslayable, en la medida en que es una intervención en el espacio público y una clara toma de posición frente a la sociedad. Esto implica que las organizaciones deben superar el cómodo rol de emisor institucional, para comunicar asumiendo las responsabilidades que le caben como actor social”. (Amado, A. 2011)

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, J. (2008) "El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos". I/C Revista Científica de Información y Comunicación 2008, 5, pp-226-247
- AMADO SUÁREZ, A. (2011). "Auditoría de comunicación". La Crujía, Buenos Aires. Capítulo 1. Analizar la comunicación y sus prácticas, págs. 9 a 42.
- AMADO SUÁREZ, A. y CASTRO ZUÑEDA, C. (1999) "Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada". © Temas Grupo Editorial SRL, 1999. Talcahuano 1293 piso 1ro. B 1014 - Buenos Aires, Argentina. 1º edición, julio 1999. ISBN 987-9164-35-0
- CHÁVES, N. (2012). "Identidad corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional". Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- COBO ROMANÍ, C., PARDO KUKLINSKI, H. (2007). "Planeta Web 2.0". Inteligencia colectiva o medios *fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. En: <http://www.planetaweb2.net/>.
- FERNÁNDEZ, P. (2014) "Consumos culturales en América Latina y la emergencia del prosumidor: Un recorrido conceptual desde la Sociedad de la Información". Revista *Communication Papers*, N° 4, páginas 87 a 100. Departamento de Filología y Comunicación de la Universidad de Girona. Recuperado el 13 de septiembre de 2019 de: <http://www.communicationpapers.es>
- GUARDIA CALVO, I. (2013) "La ruptura del relato en la narración transmedia: creación de espacios para la acción social". Fonseca, *Journal of Communication* – Monográfico 2, pp. 258-279 ISSN: 2172-9077

- LONGO V., VILLAZÓN M., y GONZÁLEZ SALINAS M. J. (2021) "Informe del Área de Prensa y Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas". Inédito.
- MASSONI, S (2016) "Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires". Ediciones Ciespal. Quito.
- ORTEGA SANTAMARÍA, S.; GACITÚA ARANEDA, J. C. (2008). "Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades". En: «Comunicación y construcción del conocimiento en el nuevo espacio tecnológico» [monográfico en línea]. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 5, Nº 2. UOC. [Fecha de consulta: 09/09/19]. 1725 Universitat Oberta de Catalunya Barcelona, España. <http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/ortega_gacitua.pdf> ISSN 1698-580X
- PARDO KUKLINSKI, H. (2005) "Tesis doctoral Un modelos de aplicación institucional Universitaria. El caso de los *webcom*: Webs de Facultades de Comunicación de Iberoamérica". Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat. Depósito legal: B-4743—2006. ISBN: 8468962260
- RAMÍREZ CHAVERO, M. O. (2012) "Apuntes de cátedra: Construcción de sitios web".
- REGUILLO, R. (2017) "Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio". Primera edición: octubre 2017. I.S.B.N: 978-84-16737-23-9. NED Ediciones. España.
- Secretaría de Comunicación Institucional UNSL (2019) "Criterios estructurales y políticas de calidad institucionales para el desarrollo web de las dependencias pertinentes de la UNSL". Documento interno, disponible en: https://drive.google.com/file/d/1zosVpVJF_ykJXQXFTgyHOu-YKPWOycRC/view?usp=sharing
- URANGA, W. (2016) "Conocer, transformar, comunicar". 1º Edición.- CABA: Patria Grande. ISBN 978-950-546-260-5

WEBGRAFÍA

- Aulero primer cuatrimestre FCH:
http://www0.unsl.edu.ar/~aulerofch/2do_cuatrimestre.pdf

- Biblioteca Antonio Esteban Agüero:
<http://biblioteca.unsl.edu.ar/website/baea/baea-new.html>
- Boiero, M. S., Imazio, N., González Salinas, M. J., Gonella Pérez, L. (2018). Proyecto transmedia de comunicación institucional para el Área de Ingreso y Permanencia de la FCH-UNSL "MI TRAYECTO". Presentado en las "III Jornadas de Comunicación Digital: Realidad Virtual y Realidad Aumentada", Eje: Presentación de ponencias afines a la Comunicación Digital. San Luis, (ARG), 2 de noviembre de 2018. FCH-UNSL (Resolución C.D. N° 1068/18). Libro Anuario 2018-2019 Comunicación Digital: interrogantes, desafíos y oportunidades. PROIPRO 04-3218. Disponible en este link:
<http://comunicaciondigital.unsl.edu.ar/Libro%20Anuario%20Proyecto.pdf>
- Calendario Académico 2021 UNSL:
<https://secretariaacademica.unsl.edu.ar/static/documentos/calendario2021.pdf>
- Campus virtual de la Universidad Nacional de San Luis:
<https://campus.unsl.edu.ar/course/index.php?categoryid=12>
- Canal de YouTube de la Facultad de Ciencias Humanas:
<https://www.youtube.com/user/FCHumanas>
- CONICET San Luis: <https://sanluis.conicet.gov.ar/>
- Departamento de Comunicación FCH-UNSL:
<https://departamentocomuni9.wixsite.com/comunicacion-unsl>
- Departamento de Educación y Formación Docente FCH-UNSL:
<https://www.facebook.com/departamento.educacion.3150>
- DNU 297 / 2020 del Poder Ejecutivo Nacional (P.E.N.) disponible en:
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-297-2020-335741>
- DOSPU: <http://dospu.unsl.edu.ar/#/inicio>
- Editor de WordPress: Uso de bloques <https://wordpress.com/es/support/editor-wordpress/>
- Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017. Sistema de Información Cultural Argentina- SINCA (2017) Ministro de Cultura de la Nación
<https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>
- Equipo Técnico Interdisciplinario UNSL:
<http://www.unsl.edu.ar/index.php/menu/eti>

- Fundación Universidad Nacional de San Luis:
<http://fundacion.unsl.edu.ar/index.php?action=hm-inicio>
- Giménez, L. E. (2013) Trabajo final Análisis de las Páginas Web de las Bibliotecas Universitarias de la Provincia de Santa Fe. Tesina presentada para optar al título de Licenciada en Bibliotecología. Directora de Tesina: Mg. Ester Mercedes Ocampo Santa Fe, Argentina. Disponible en Repositorio Institucional de la Universidad de La Plata Año 2014
<https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/633/tesis.pdf?sequence=1>
- Google forms: https://www.google.com/intl/es-419_ar/forms/about/
- Google Maps: Listado de Inmobiliarias de la ciudad de San Luis:
[https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esAR856AR856&tbs=lf:1,lf_ui:14&tbm=lcl&sxsrf=A0aemvJg1SC4rH3hh20eanH3PTsUQtRTEA:1635640000541&q=inmobiliarias+en+san+luis&rflfq=1&num=10&sa=X&sqi=2&ved=2ahUKEwjOndnpsfPzAhVGrJUCHQ7LCmIQjGp6BAguEGE&biw=1366&bih=568&dpr=1#rflq=hd:;si:;mv:\[\[-33.2701519,-66.2999975\],\[\[-33.3128686,-66.3477956\]\];tbs:lrf:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:14](https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esAR856AR856&tbs=lf:1,lf_ui:14&tbm=lcl&sxsrf=A0aemvJg1SC4rH3hh20eanH3PTsUQtRTEA:1635640000541&q=inmobiliarias+en+san+luis&rflfq=1&num=10&sa=X&sqi=2&ved=2ahUKEwjOndnpsfPzAhVGrJUCHQ7LCmIQjGp6BAguEGE&biw=1366&bih=568&dpr=1#rflq=hd:;si:;mv:[[-33.2701519,-66.2999975],[[-33.3128686,-66.3477956]];tbs:lrf:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:14)
- Web Soy Estudiante: <https://soyestudiante.com.ar/>
- Index Gremios UNSL:
<http://www.unsl.edu.ar/index.php/menu/institucional/gremios>
- Index Obras UNSL: <http://www.unsl.edu.ar/index.php/menu/institucional/obras-unsl>
- Manual de Identidad Visual de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales (FACEN) de la Universidad Nacional de Asunción (UNA- Paraguay), disponible en: <http://www.facen.una.py/wp-content/uploads/2018/06/Manual-de-Identidad-Visual.pdf>
- Manual de Políticas de Comunicación de la Facultad de Ingeniería (FIUNA) de la Universidad Nacional de Asunción (UNA - Paraguay), disponible en: <http://www.ing.una.py/manual-procedimientos2011/proceso-publicar-y-difundir-la-informacion-via-web-y-ci.pdf>
- Morillas José Herrera (2019) "Los espacios ofertados como servicio bibliotecario. Los casos de las bibliotecas universitarias de Madrid y Cataluña".

ISSN 1514-8327 (impresa) / ISSN 1851-1740 (en línea) Información, cultura y sociedad /41 (diciembre 2019) doi: 10.34096/ics.i41.6467. Disponible en: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/6467/6261>

- Noticia "Después de cuatro años se modifica el Estatuto de la Universidad Nacional de San Luis" del 16 noviembre, 2018. Consultada el 3 de agosto de 2021. Disponible en: <http://www.noticias.unsl.edu.ar/16/11/2018/despues-de-cuatro-anos-se-modifica-el-estatuto-de-la-universidad-nacional-de-san-luis/>
- Noticia "La Universidad lanzó su nuevo sitio web" del 23 de abril de 2019 abril 2021. Disponible en: <http://www.noticias.unsl.edu.ar/23/04/2019/la-universidad-lanzo-su-nuevo-sitio-web/>
- Nueva Editorial Universitaria NEU- UNSL: <http://www.neu.unsl.edu.ar/>
- Ordenanza 02/14 Reglamento Maestría en Comunicación Institucional. Disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201406/20140630132526_32084.pdf
- Ordenanza 06/12 con fecha 26 de junio de 2012. Unificación de toda la Reglamentación sobre Programa de Ingreso y Permanencia de los Estudiantes, dictada por la Facultad de Ciencias Humanas. Ver en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201207/20120706095116_6667.pdf
- Ordenanza CD N° 11/10. Creación de la Oficina de Prensa y Comunicación de la FCH con fecha 3 de noviembre de 2010 disponible en: <http://digesto.unsl.edu.ar/busav.php3>
- Página de Estadísticas de la UNSL disponible en: http://estadistica.unsl.edu.ar/estadistica_ingreso_2020/facultad/index/04
- Peñafort Graciana, "10 años de la Ley de Medios: "Alberto, no basta con aplicar la defensa de la competencia" (Consultado el 12 de octubre de 2019) <https://noticias.perfil.com/2019/10/11/10-anos-de-la-ley-de-medios-alberto-no-basta-con-aplicar-la-defensa-de-la-competencia/?fbclid=IwAR0ONPJXJAN6OqkXXtJiFPjQhLfes0w2ZDtpI63ruJ6xykXrBdUSc6460>

- Perfil de Facebook Facultad de Ciencias Humanas, noticia recuperada en 2019: <https://www.facebook.com/FacultaddeCienciasHumanasUNSL/posts/2040673752667751>
- Plan de Estudios de la Maestría en Comunicación Institucional (MCI) de la Facultad de Ciencias Humanas (UNSL). Ordenanza C.D N° 03/2013 disponible en: http://humanas.unsl.edu.ar/archivospdf/ord_cd_003_2013.pdf
- Prensa- UNSL. "La elección de hombres y mujeres en carreras de la Universidad", 2018. recuperado en: <http://www.noticias.unsl.edu.ar/20/02/2018/la-eleccion-de-hombres-y-mujeres-en-carreras-de-la-universidad/>
- Programa de Accesibilidad Académica de la Facultad de Ciencias Humanas: <http://humanas.unsl.edu.ar/accesibilidad/index.php>
- Programa Universitario en Prevención de Consumos Problemáticos y Adicciones: <http://www.prevencionenadicciones.unsl.edu.ar/>
- Protocolización de la inscripción en la Carrera de Maestría en Comunicación Institucional, Cohorte 2017 Resolución N° 154/17. Disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201704/20170407092633_15825.pdf
- Radio Estudio Online: <https://radioestudionline.wixsite.com/radioestudionline>
- Resolución 28/16 Propuesta de convocatoria y cronograma de elecciones generales para la elección de Autoridades Unipersonales y Cuerpos Colegiados electos en el ámbito de la Universidad Nacional de San Luis 2016. Disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201603/20160316190754_20996.pdf
- Resolución D N° 105/18 con fecha 16 de marzo de 2018 disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201803/20180319093304_22922.pdf
- Resolución de aprobación de la Pasantía Profesional 741/19, disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201908/20190813091530_27241.pdf
- Resolución F N° 105/18 Disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201803/20180319093304_22922.pdf
- Resolución N° 1045/14. Autorización de la defensa del Trabajo Final – Objeto de Creación- de la estudiante Carola Luisa del Carmen Pardo, para acceder al título de Licenciada en Comunicación Social de la FCH. Disponible en: http://digesto.unsl.edu.ar/docs/201412/20141217095718_10579.pdf

- Resolución R. N° 389/2020 disponible en:
http://digesto.unsl.edu.ar/docs/202003/20200316152627_11763.pdf
- Resolución R. N° 398/2020 disponible en:
http://digesto.unsl.edu.ar/docs/202003/20200318103139_11758.pdf
- Resolución R. N° 401/2020 disponible en:
http://digesto.unsl.edu.ar/docs/202003/20200320172208_19127.pdf
- Resolución R. N° 403/20, disponible en:
http://digesto.unsl.edu.ar/docs/202004/20200401162011_23448.pdf
- Resolución R. N° 406/20, disponible en:
http://digesto.unsl.edu.ar/docs/202004/20200413124241_32312.pdf
- Resolución R. N° 408/20 disponible en:
http://digesto.unsl.edu.ar/docs/202004/20200427192548_15133.pdf
- Secretaría de Asuntos Estudiantiles y Bienestar Universitario (SAEBU- UNSL):
<http://saebu.unsl.edu.ar/>
- Secretaría de Comunicación y Gestión de Medios Facultad Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario web:
<https://fcpolit.unr.edu.ar/secretarias/comunicacionymedios/sobreestesitio/>
- Secretaría de Extensión Universitaria UNSL: <http://seu.unsl.edu.ar/>
- Sistema de Información Cultural Argentina- SINCA (2017) “Los jóvenes y los consumos culturales”. Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología (Argentina) Consultado en septiembre 2019. Disponible en:
https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/jovenes_y_consumos_culturales_1.pdf
- Sistema de Información Cultural Argentina. SINCA (2017) “Encuesta Nacional de Consumos Culturales”. Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología (Argentina) Consultado en septiembre 2019. Disponible en:
<https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>
- Sistema Integral de Gestión Municipal SIGEM San Luis:
<https://sigem.sanluislaciudad.gob.ar/sigem/boletEstudiantilGratuito/verificarCodigo>

- Sitio web Facultad de Ingeniería (FIUNA) de la Universidad Nacional de Asunción (UNA - Paraguay) www.ing.una.py
- Tréspidi A. M. (2009). Tesis de Maestría: "Universidad Nacional y Comunicación Institucional". Una gestión posible para alcanzar una universidad mejor comunicada. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/1966/Documento_completo_.pdf?sequence=21&isAllowed=y
- Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales: web <http://www.sociales.uba.ar/la-facultad/> . Lic. en Ciencias de la Comunicación: web: <http://comunicacion.sociales.uba.ar/>
- Universidad Nacional de Comahue, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales: web <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/index.htm> .
Licenciatura en Comunicación Social: web <https://fadeweb.uncoma.edu.ar/academica/carreras/comunicacionlic.htm>
- Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias de la Comunicación: web <https://fcc.unc.edu.ar/> . Licenciatura en Comunicación Social: web <https://fcc.unc.edu.ar/oferta-academica/carreras/licenciatura-en-comunicacion-social/>
- Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social: web: <https://perio.unlp.edu.ar/> . Licenciatura en Comunicación Social: web <https://perio.unlp.edu.ar/academica/carreras/licenciatura/>
- Universidad Nacional de La Rioja, Departamento académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas: web <https://www.unlar.edu.ar/index.php/unlar/departamentos-academicos/departamento-academico-de-ciencias-sociales-juridicas-y-economicas>
Licenciatura en Comunicación Social: web <https://www.unlar.edu.ar/index.php/oferta-academica-sociales/carreras-de-grado>
- Universidad Nacional de Moreno, Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales: web <http://www.unm.edu.ar/index.php/carreras/humanidades-y-ciencias-sociales>.
Licenciatura en Comunicación Social: web

- <http://www.unm.edu.ar/index.php/carreras/humanidades-y-ciencias-sociales/licenciatura-en-comunicacion-social>
- Universidad Nacional de Quilmes, Departamento de Ciencias Sociales: web <http://www.unq.edu.ar/secciones/14-ciencias-sociales/>
Licenciatura en Comunicación Social: web <http://comunicacion.unq.edu.ar/>
 - Universidad Nacional de Río Cuarto, Facultad de Ciencias Humanas: web <http://www.hum.unrc.edu.ar/> . Lic. en Comunicación Social: webs Desde el botón Facultad/ carreras: <https://www.hum.unrc.edu.ar/wp-content/uploads/2016/02/comunicaci%C3%B3n-social1.pdf>
 - Desde el botón Propuesta académica/ carreras de grado: https://www.unrc.edu.ar/unrc/carreras/hum_lic_comunicacion.php
 - Desde el slide al ingresar a la web de la Facultad/ Lic. en Comunicación Social: <https://www.hum.unrc.edu.ar/licenciatura-en-ciencias-de-la-comunicacion-y-comunicacion-social/>
 - Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales: web <https://fcpolit.unr.edu.ar/> . Escuela de Comunicación Social, Lic. en Comunicación Social: web <https://fcpolit.unr.edu.ar/escuelacomsoc/licenciatura/>
 - Universidad Nacional de Salta, Facultad de Humanidades: web <http://hum.unsa.edu.ar/web/>
Licenciatura en Comunicación Social: web <http://hum.unsa.edu.ar/index.php/carreras-de-grado/ciencias-de-la-comunicacion>
 - Uranga, Mercedes (25 de agosto de 2016) "Consumos culturales: el celular es el centro de la vida adolescente" (Consultado en septiembre de 2019) <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/consumos-culturales-el-celular-es-el-centro-de-la-vida-adolescente-nid1931299>
 - Web de la Facultad de Ciencias Humanas: <http://humanas.unsl.edu.ar/>
 - Web de Preinscripción UNSL: <http://preingreso.unsl.edu.ar/fch/>
 - www.canva.com
 - www.wordpress.com