Enero 2021

Informe de Resultados de Alcances en Plataformas Digitales de la RENECA del Año 2020

Comité Directivo de la RENECA 2021

Contenido.

Contenido

1. Presentación.

2. Descripción de Plataformas Digitales.
a. Nacional
i. Facebook.
ii. Instagram
iii. Página Web
iv. YouTube
b. Delegaciones Locales (Redes por delegación y datos antiguos)

3. Descripción de actividades realizadas.
a. Nacional
b. Locales

4. Análisis Cualitativo de resultados de RR.SS. de la RENECA.
a. Facebook
b. Instagram
c. Página Web

5. Análisis Cuantitativo de resultados de RR.SS. de la RENECA (basado en FB).
a. Facebook
b. Instagram
c. Página Web
d. YouTube

6. Objetivos en RR.SS. para 2021.

7. Comentarios finales.

Presentación.

Presentación

Como parte del trabajo del Comité Directivo de la RENECA de 2021, se realizó este documento para conocer cuáles fueron los alcances de nuestra Red en 2020 ya que las actividades presenciales fueron mínimas y las actividades digitales tomaron una fuerza importante para la organización, difusión y diálogo de estudiantes en México y el mundo en general.

Por lo anterior y aunado a las implicaciones del Plan de Trabajo 2021 de la RENECA es que se vio sumamente necesario conocer el estatus actual de las plataformas digitales a las que la Red tiene acceso y/o perfil, siendo las tres principales Facebook, página web e Instagram en orden de relevancia. Si bien este informe cuenta con información de las delegaciones a nivel local, no pretende dar un análisis completo de cada una de ellas, pues llevaría mucho tiempo y aumentaría excesivamente la cantidad de información del informe, por lo que nos centraremos en las Redes Sociales y páginas de la RENECA como organización a nivel nacional.

Objetivo

El presente documento tiene como propósito conocer y analizar los datos cualitativos y cuantitativos obtenidos de las redes sociales de la Red Nacional de Estudiantes en Ciencias Antropológicas para el año 2020; con los datos e información recopilada se propondrán metas a lograr en RR.SS. y la Página Web con la finalidad de añadirse al Informe de Resultados de la RENECA en 2021 que realizará el Comité Directivo de la RENECA para 2021.

Justificación

Con los datos presentados y el análisis de las siguientes páginas, se pretende tener un documento previo que genere un punto de comparación para el rendimiento y forma de trabajo del año entrante (2021) y evaluar los resultados del Plan de Trabajo 2021 cuyas bases y actividades son principalmente digitales, para que, a posteriori, puedan conocerse las posibles formas de trabajo y continuación por parte del próximo Comité Directivo de la RENECA y sus delegaciones locales, cuyos fines son la difusión del conocimiento antropológico y la creación de redes de apoyo entre estudiantes de Ciencias Antropológicas.

Nota inicial

Con la creación del presente informe y el Plan de Trabajo 2021 de la RENECA no se pretender que la Red se vuelva un espacio de producción academicista ni tampoco cayendo en la vorágine del mito de la productividad, sino que busca dar el espacio a las voces diversas que conforman la comunidad de Ciencias Antropológicas, sus conexiones con la sociedad y crear espacios de diálogo y reflexión que inciten a tener presente la necesidad del análisis desde nuestras ciencias para el bienestar común y desde la horizontalidad; además, pretendemos aprovechar el aporte que las delegaciones han otorgado para el pago de la página web y el nuevo logo, que considerando la situación de pandemia y nuestra situación como estudiantes, es un esfuerzo colectivo importante que no debe desperdiciarse.

Descripción de plataformas digitales.

Descripción de plataformas digitales

Como es conocido, la RENECA a nivel nacional cuenta con Facebook, Instagram, Youtube y una página web con dominio propio, pero en la plataforma Wix. Por otro lado, cada delegación cuenta con sus redes sociales independientes añadiéndose en algunos casos la creación de blogs o páginas de internet, por lo que es importante identificar cuáles se han mantenido activas, qué otras están inactivas y a posteriori identificar cuáles son las posibilidades de trabajo. A continuación, dejamos los apartados de las redes a nivel Red Nacional y Delegaciones Locales.

Nacional

Facebook.
Se cuenta con la página de FB por el nombre: Red Nacional de Estudiantes en Ciencias Antropológicas, fue creada en 2015 y se mantiene activa desde entonces. Para finales del 2020, contaba con 2528 likes totales. El enlace de acceso es el siguiente:
https://www.facebook.com/reneca.nacional

Instagram.
Se cuenta con un perfil en Instagram por con el usuario @reneca_mx, cuenta con 125 seguidores y 0 publicaciones, cabe mencionar que para mediados de 2020 sí contaba con publicaciones referentes al XXX CONECA, sin embargo, fueron removidas del perfil debido a que no se llevó a cabo el evento y no se realizaron más publicaciones. El enlace del perfil es el siguiente:
https://www.instagram.com/reneca_mx/

Página Web

Se cuenta con una página web con dominio propio bajo la plataforma Wix. Según los datos estadísticos, en 2020 se obtuvieron 377 sesiones totales al sitio, 245 visitantes único y un promedio de tiempo de cada sesión de 12 minutos con 52 segundos. El enlace de la página es el siguiente:
https://renecamx.com

Los datos contenidos son: Inicio, con la descripción de qué es la Red, ¿Quiénes somos?, incluyendo un apartado llamado "Nuestra historia" y el video introductorio. Una pestaña que en 2020 tenía 17 delegaciones de las cuales solo la UQRoo contó con información, para 2021 se le añadieron las delegaciones faltantes (UASLP y UDLAP). Una pestaña sobre los congresos de los cuales se incluyen el XXVIII CONECA 2018 en la UAEMéx con datos correspondientes, y del XXIX CONECA 2019 en la BUAP sin datos. Por último, una pestaña con la convocatoria de 2020 para el XXX CONECA aún disponible y con acceso al formulario de inscripción.

YouTube

Se cuenta con un canal de YouTube con tres videos disponibles, siendo estos el video introductorio sobre la RENECA (2018), sobre el XXVIII CONECA en la UAEMéx (2018) y sobre el XXIX CONECA en la BUAP (2019). De las estadísticas obtenidas de la plataforma, tenemos que para 2020 se obtuvieron 115 visualizaciones, 0 videos nuevos subidos, 2.8 horas de visualización totales del contenido del canal, 6 suscriptores nuevos y 18 suscriptores en total. El enlace del canal de Youtube es el siguiente:
https://www.youtube.com/channel/UCdjUfWQCzp9bhbpuP3hVZGQ

Delegaciones Locales (Redes por delegación y datos antiguos)

Como un breve ejercicio de revisión de actividad en redes sociales de cada delegación de la RENECA, se presentan a continuación las Redes Sociales y plataformas con las que cuenta cada delegación. Cabe mencionar que se añaden las páginas con datos antiguos y al final las de aquellas delegaciones que no tienen representatividad actualmente en la Red. Debido a la cantidad de redes que se tienen registradas, solo se presentarán los links de acceso y breves comentarios en aquellas delegaciones que lo requieran.

Delegación UV
FB: https://www.facebook.com/Reneca-UV-152274598793225
uv.reneca@gmail.com
Web Antigua: https://sites.google.com/site/renecauv/-que-es-la-reneca
Twitter antiguo: https://twitter.com/renecaUV

Delegación FCSyH-UASLP
Nota: La página web aparece al nombre de esta delegación, requiere confirmación si es utilizada por lxs delegadxs de esta o se autogenera con los datos de RR.SS.

FB: https://www.facebook.com/renecaccsyh
Correo que tienen en redes: 1uaslp.reneca@gmail.com
Correo usado en Dropbox: uaslpfcsyh.reneca@gmail.com
Web: http://www.findglocal.com/MX/San-Luis/513055645396662/RENECA-FCSyH-San-Luis-Potos%C3%AD

Delegación UAEMor
Perifl FB: https://www.facebook.com/profile.php?id=100011285857016
FB: https://www.facebook.com/Reneca-UAEM-446332919107252
reneca.uaem.18@gmail.com
Web: https://renecamor.wordpress.com/

Delegación UAEH
Nota: La página web aparece al nombre de esta delegación, requiere confirmación si es utilizada por lxs delegadxs de esta o se autogenera con los datos de RR.SS.

FB: https://www.facebook.com/RenecaUaeh
reneca-uaeh@hotmail.com
Correo en Dropbox: reneca-hgo@outlook.com
https://www.glunis.com/MX/Pachuca-de-Soto/355902224478840/Reneca-UAEH

Delegación UATx
FB: https://www.facebook.com/renecaTlxUatx
Perfil FB: https://www.facebook.com/profile.php?id=100014148858223
https://renecauatx.wixsite.com/renecatlx
Correo en redes: uatxreneca@gmail.com
Correo en Dropbox (¿?): reneca-uat@hotmail.com
IG: @reneca_tlx
IG inactivo: @reneca_tlx_2020
T: https://twitter.com/UatxReneca
Twitter antiguo: https://twitter.com/reneca_uat

Delegación FCPyS-UNAM
FB: https://www.facebook.com/renecaunam
https://renecaunam.blogspot.com
YT:
https://www.youtube.com/channel/UCRm7p7Hh0FcKsc-JPW5ETmQ
renecaunam@gmail.com

Delegación UQRoo
FB: https://www.facebook.com/Reneca-UQROO-412367052529434
uqroo.reneca@gmail.com
IG: @reneca_uqroo

Delegación BUAP
FB: https://www.facebook.com/renecaCASbuap/
renecapuebla@gmail.com
IG: @reneca_buap
Twitter antiguo (Puebla):
https://twitter.com/RENECA_PUEBLA

Delegación UDLAP
Perfil FB:
https://www.facebook.com/reneca.delegacionudlap
FB: https://www.facebook.com/reneca.udlap/
FB Inactivo: https://www.facebook.com/Delegaci%C3%B3n-Reneca-UDLAP-108479214329148
reneca.udlap@gmail.com
Ig: @reneca.udlap

Delegación UAQ
FB: https://www.facebook.com/Reneca-Uaq-102605864933317
reneca.u.a.q@gmail.com
Perfil FB: https://www.facebook.com/reneca.uaq.3

Delegación UAEMéx
Perfil FB: https://www.facebook.com/reneca.uaemex
FB: https://www.facebook.com/reneca.uaemex.7
renecauaemex15@hotmail.com
Correo Dropbox: renecauaemex@gmail.com

Delegación UNISON
FB: https://www.facebook.com/renecaunison

Delegación UAS
FB: https://www.facebook.com/renecauas
renecauas@gmail.com
IG: @reneca_uas

Delegación ENES León
FB: https://www.facebook.com/RenecaENESLeon
reneca.enesleon@gmail.com

Delegación Guanajuato (UG)
FB: https://www.facebook.com/renecaugto
FB antiguo: https://www.facebook.com/Reneca-UG-126162537441282
reneca.ugto@gmail.com

Delegación UNACH
FB: https://www.facebook.com/RenecaUNACH.FCS
Correo en redes: unach.reneca.chiapas@gmail.com
Correo en Dropbox: del.reneca.unach@gmail.com

Delegación UACam
FB: https://www.facebook.com/renecacampeche
renecauacam@gmail.com
IG: @reneca_uacam

Delegación UADY
Perfil FB: https://www.facebook.com/reneca.uady
FB: https://www.facebook.com/MeadSays
delegacion.renecauady@gmail.com
Web: https://renecablog.wordpress.com/uady/
YT: https://www.youtube.com/channel/UCV7h_OkHqhWF-BexO6tw5Jg

Delegaciones no representadas actualmente en la RENECA, pero que mantienen sus cuentas en internet.

Delegación UAA- UAZ
Perfil FB: https://www.facebook.com/renecadelegacionzacatecas.uaauaz
FB antiguo: https://www.facebook.com/Reneca-Delegaci%C3%B3n-Zacatecas-Uaa-uaz-1431474143617798

Delegación UdeG – CU Norte
Perfil FB: https://www.facebook.com/reneca.cunorte.3
FB antiguo: https://www.facebook.com/Antropolog%C3%ADa-Reneca-CUNorte-1842292932683686/
Correo en Dropbox: renecaudg@gmail.com

Delegación UdeG CUCSH
Nota: Para mediados de 2020 aún mantuvo actividad el FB.

FB: https://www.facebook.com/AntropologosCUCSH
Perfil FB antiguo: https://www.facebook.com/reneca.cucsh
FB antiguo: https://www.facebook.com/Delegaci%C3%B3n-RENECA-CUCSH-289847699386
renecacucsh@gmail.com
Web:
https://www.schoolandcollegelistings.com/XX/Unknown/359839967461812/Antropolog%C3%ADa-Reneca-CUCSH
Blog antiguo: https://renecacucsh.blogspot.com/
Twitter antiguo: https://twitter.com/renecacucsh

Delegación ENAH
Web: https://renecaenah.wordpress.com/2012/02/07/266/
T: https://twitter.com/RENECA_ENAH

Delegación UAM-I
Grupo en FB: https://www.facebook.com/groups/315129865185265
Web: http://renecauami.blogspot.com/2009/06/la-red-nacional-de-estudiantes-en.html

Delegación OAXACA
oaxacareneca@gmail.com

Descripción de actividades realizadas.

Descripción de actividades realizadas

Durante 2020 algunas delegaciones realizaron actividades desde y para los espacios de la RENECA y otras apoyaron en la difusión de actividades estudiantiles o en las que interviniera el estudiantado, en total, fueron 9 delegaciones contadas las que difundieron algún tipo de actividad, siendo 12 actividades las difundidas a nivel local y una actividad a desde la entonces Delegación Nacional. En total fueron 13 actividades promocionadas por delegaciones de la Red. En seguida dejamos una breve descripción de cada actividad registrada.

Nacional

Participación en la Semana de Antropología de la UQRoo

.

Sesión nombrada "Diálogos sobre la RENECA". Espacio otorgado por la Delegación Nacional en conjunto con su universidad, en una sesión única transmitida por Facebook Live.

Ciclo de conversatorios de la RENECA. Minorías y disidentes en México.

Este ciclo de conversatorios se realizó por medio de Facebook Live, siendo 7 conversatorios en diferentes sesiones cada uno, mismos que fueron organizados por la Delegación Nacional (UQRoo), delegando actividades de moderación y contacto a otras delegaciones voluntarias para que participasen en el ciclo. Cada sesión tuvo su propia imagen promocional y también una publicación con la mayoría de estas sesiones incluidas.

Locales

Delegación UAS.
Promocionó en sus redes sociales el Cine Club Antropológico. Fue promocionado en Instagram y Facebook.
Delegación UAQ.
Realizó la Jornada Virtual de Charlas Antropológicas durante varias semanas los jueves a las 6:00 PM. Cada sesión contó con un tema diferente y ponentes diferentes. Asimismo, se realizó un flyer para cada sesión. Tuvo lugar por medio de Facebook Live. Tuvo algunas complicaciones técnicas pero se repusieron aquellas sesiones que presentaron problemas.

Delegación UQRoo.
Realizó la acitivad "Tarde de diálogo. Planillas de COLEST". En la cual trabajaron asuntos internos de la Universidad de Quintana Roo con el Colegio de Estudiantes. Fue trasmitida por Facebook Live. Tuvo un flyer para su promoción.

Delegación UATx.
Realizó el I Congreso Digital / Encuentro Interdisciplinario de Estudiantes en Ciencias Antropológicas (CDIECA/EIECA). Teniendo una duración de dos días y transmitido en Facebook Live tanto de la delegación como de la FFyL-UATx. Tuvo flyers promocionales de la convocatoria del evento, del programa, mesas de trabajo, conferencias magistrales y promoción en la página web local, así como en todas sus RR.SS. (Twitter, Instagram, Facebook).

Delegación Guanajuato.
Promocionó y apoyó en la difusión de actividades estudiantiles para evitar el cierre de su licenciatura en la UG. Compartió las actividades de la página de Facebook Andares Antropológicos, gestionada por la comunidad estudiantil de la UG.

Delegación UDLAP.
Apoyó en la difusión del Coloquio de Antropología de la UDLAP en todas sus redes sociales. Creó una dinámica con el hashtag #SomosReales en la que pedían una foto de estudiantes de su universidad de Antropología o Relaciones Interculturales para visibilizar su departamento, invitando a la RENECA a participar. Fue promocionada en historias de sus redes sociales e incluyó posts en las mismas. Creó infografías para difusión de la RENECA de forma local, mismas que se difundieron como post.

Delegación BUAP.
Difundió el Conversatorio Seguridad en el Trabajo de Campo en Contextos de Violencia, transmitida en la página de Facebook Asamblea Estudiantil CAS.

Delegación UASLP.
Difundió el canal de Youtube Antropo ¿qué? Y su video de presentación por medio de la página de Facebook.

Delegación FCPyS-UNAM
Intento de realización del COEA. Jornada de Miradas Antropológicas Estudiantiles. Realización de blogs, flyers, transmisiones y réplica en YouTube.

Análisis cualitativo de RR.SS. de la RENECA.

Facebook

Esta plataforma es la más utilizada y la que mayor alcance tiene toda la Red, sin embargo, la creación de contenido propio de esta fue muy limitada, las únicas publicaciones propias fueron las referentes al XXX CONECA y sobre el Ciclo de Conversatorios sobre Minorías y Disidentes, por lo anterior, es de esperar que el alcance de las publicaciones de la página de Facebook se hayan mantenidos relativamente bajos con respecto a su número de seguidores y usuarios que dieron like a la página. Pero este tema será trabajado en el Análisis Cuantitativo.

Respecto a las transmisiones en vivo, fueron llevadas a cabo en su mayoría sin problema alguno, puesto que se contó con una difusión suficiente de las mismas permitiendo una afluencia de usuarios lo suficientemente amplia, pero de haberse compartido más y en conjunto con otras redes de las delegaciones locales, pudo haber aumentado el número de vistas y acciones en las transmisiones. La organización fue suficiente y la realización en tiempo y forma fue la óptima con unos únicos problemas por el tiempo atmosférico de algunos entrevistados en la primera transmisión.

Sobre la difusión de otros espacios de difusión de las ciencias antropológicas, se obtuvo una buena dinámica compartiendo actividades y recursos digitales, sin embargo, la difusión de este tipo fue aún escasa, difundir actividades de este tipo y de otros espacios puede fungir como conexión con administradorxs de otras páginas, grupos de interés y generación orgánica de público nuevo.

Instagram

Esta red social tuvo su impacto principal en conjunto a los post sobre el XXX CONECA y los avisos que se daban al respecto de este evento, pero al cancelarse para el año 2020 y dando de baja todas las imágenes del feed, se tiene una posibilidad casi nula de alcance de público en este sitio, cuando la creación de post con infografías, recomendaciones, reels, o InstaStories pudo mantener la recepción de seguidores, alcance y difusión por medios que toman mayor relevancia con generaciones recientes de estudiantes.

Página web

Esta página tuvo en un inicio el plan de añadir la información de cada delegación, pero por diversos motivos, ninguna delegación local, a excepción de UQRoo, presentó su información correspondiente, limitando excesivamente la información disponible para el contacto con cada una de estas, además de que impide la apertura con quienes buscan datos o formas de anexarse a la RENECA por esta falta de actividad que puede llegar a pensarse como inactividad total o un sitio no actualizado o abandonado.

La sección de información sobre los Congresos Nacionales en Ciencias Antropológicas pudo haber dado como resultado una buena forma de conocer la labor de la Red en su evento más grande, sin embargo, solo fue añadida la información del XXVIII CONECA en la UAEMéx de 2018. Sobre el XXIX CONECA sigue sin tenerse información y añadido a la renuncia de la mayoría de lxs delegadxs de la entonces Delegación Nacional BUAP, se limitó la posibilidad de que el único delegado dejara información al respecto. Sobre el XXX CONECA solo se tiene la convocatoria, misma que se mantiene hasta e presente año 2021 sin actualizaciones referente a su cancelación o bien sobre su actualización mencionando que se realizará para el año en curso.

YouTube

Esta fue la red social que tuvo menos actividad a lo largo de más de un año, puesto que desde 2019 no se ha subido ningún video nuevo, ya que se tiene predispuesto como un canal hecho para las memorias de los CONECA, sin embargo, esto limita también la posibilidad de actualización y creación de materiales audiovisuales tanto sobre la RENECA como de sus delegaciones o bien para la difusión de trabajos estudiantiles, limitando a una nula actividad cuando en casos extremos como lo fue el 2020 en que no se generan memorias del CONECA por la cancelación del mismo.

Con todo lo anterior, no pretendemos sino crear actividades que mantengan todas estas redes en actividad constante, ya sea con la creación de material propio, compartiendo el material de otros espacios estudiantiles, de las delegaciones locales o de propuestas independientes, con la finalidad de abrir el espacio de las RR.SS. de la RENECA como un sitio de oportunidad para el material visual, auditivo, multimedia, o interactivo que pueda compartirse y cumplir parte de los objetivos principales de la red que es la difusión de las CC.AA.

Análisis cuantitativo de RR.SS. de la RENECA.

Nota inicial

Debido a que la Red Social más importante que tiene la RENECA es la página de FB, mantendremos un especial interés en detallar sus gráficas y tablas obtenidas de los datos estadísticos que otorga esta plataforma, sin embargo, también se presentan las gráficas de las demás redes, exceptuando Instagram que, por tiempos y dificultades de acceso a la cuenta, se limitará a mencionar datos públicos, pero importantes para generar mínimo un objetivo de alcance.

Facebook

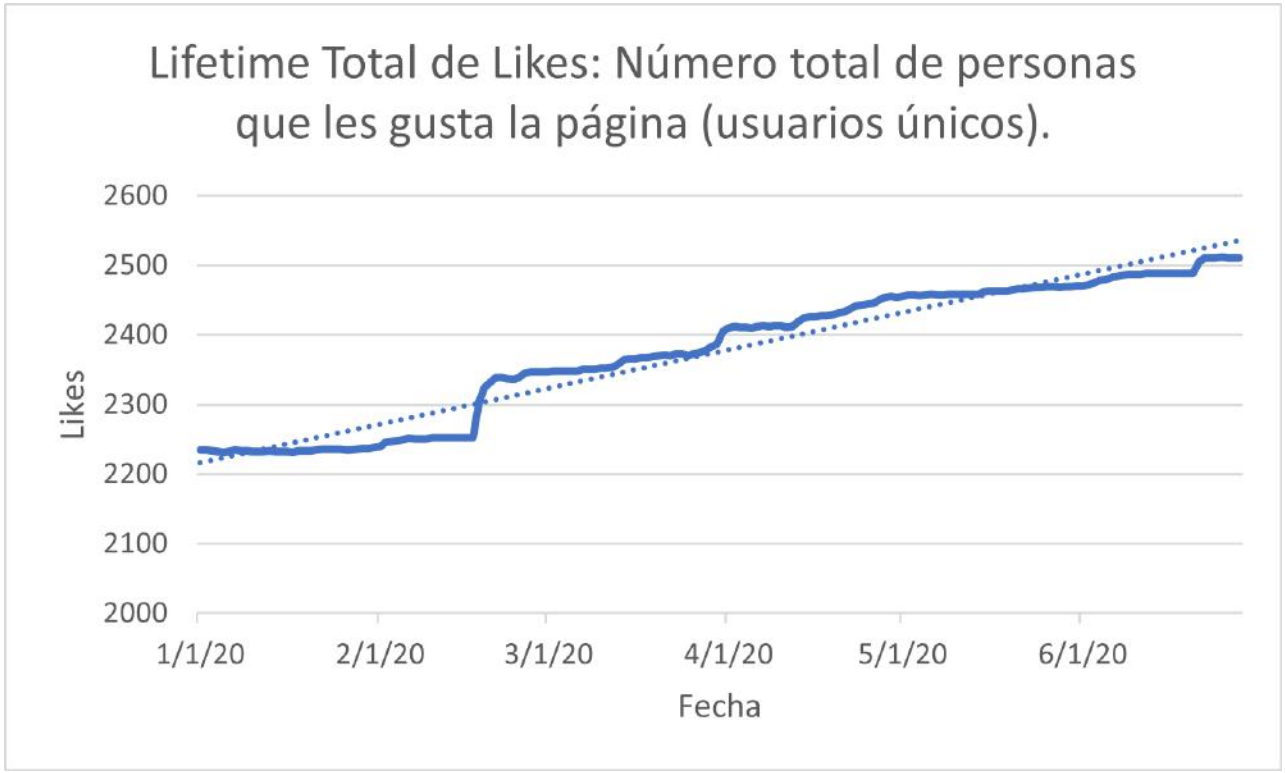
Debido a que la plataforma solo permite descargar un periodo máximo de 180 días de los datos estadísticos de la página, se presentarán dos gráficas por cada tipo de dato siendo el Periodo I (P1) el que abarca del 1 de enero al 28 de junio de 2020, y el Periodo II (P2) el que abarca del 1 de julio al 25 de diciembre de 2020, siendo ese último día el que se utilizó para descargar los datos y comenzó la realización del presente informe.

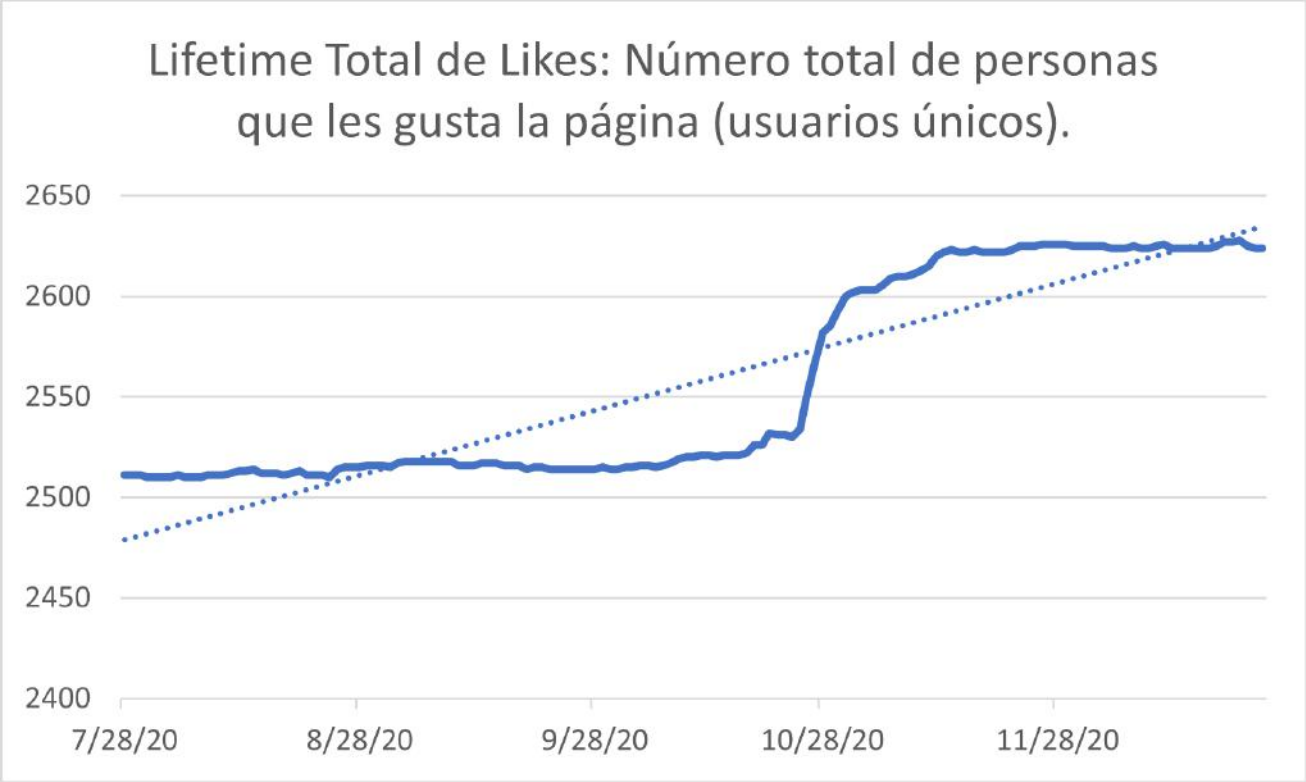
Es notable que hay un periodo de dos días que no se tomaron en cuenta siendo estos el 29 y 30 de junio y del 25 al 31 de diciembre del 2020, por lo que hay una mínima cantidad de datos que no fueron integrados y que por ende dan un sesgo en los datos recopilados, pero que debido al tipo de informe presentado y a que no pretende dar un estricto análisis de redes, se han omitido, considerando que los dos días a mediados de año son poca información extra, además que del 25 al 31 de diciembre, la actividad en redes de tipo académica y estudiantil, tiende a disminuir dramáticamente a menos que sea una red consolidada o con capacidad de alcance mayor a los 5 mil seguidores/usuarios que dieron me gusta a la página.

Sobre los likes de la página:

En 2020 se inició con 2235 likes totales y se finalizó el periodo con 2624, dando un total de aumento de 393 likes en todo el año, teniendo como promedio 1.07 likes por usuario nuevo cada día del año. Sin embargo, con las gráficas se puede notar que hubo descensos en algunas ocasiones que implicó un total de 119 acciones sobre "Ya no me gusta esta página" que es un considerable descenso con respecto al aumento logrado, pues equivale a más de una tercera parte del total de likes obtenidos a lo largo del año.

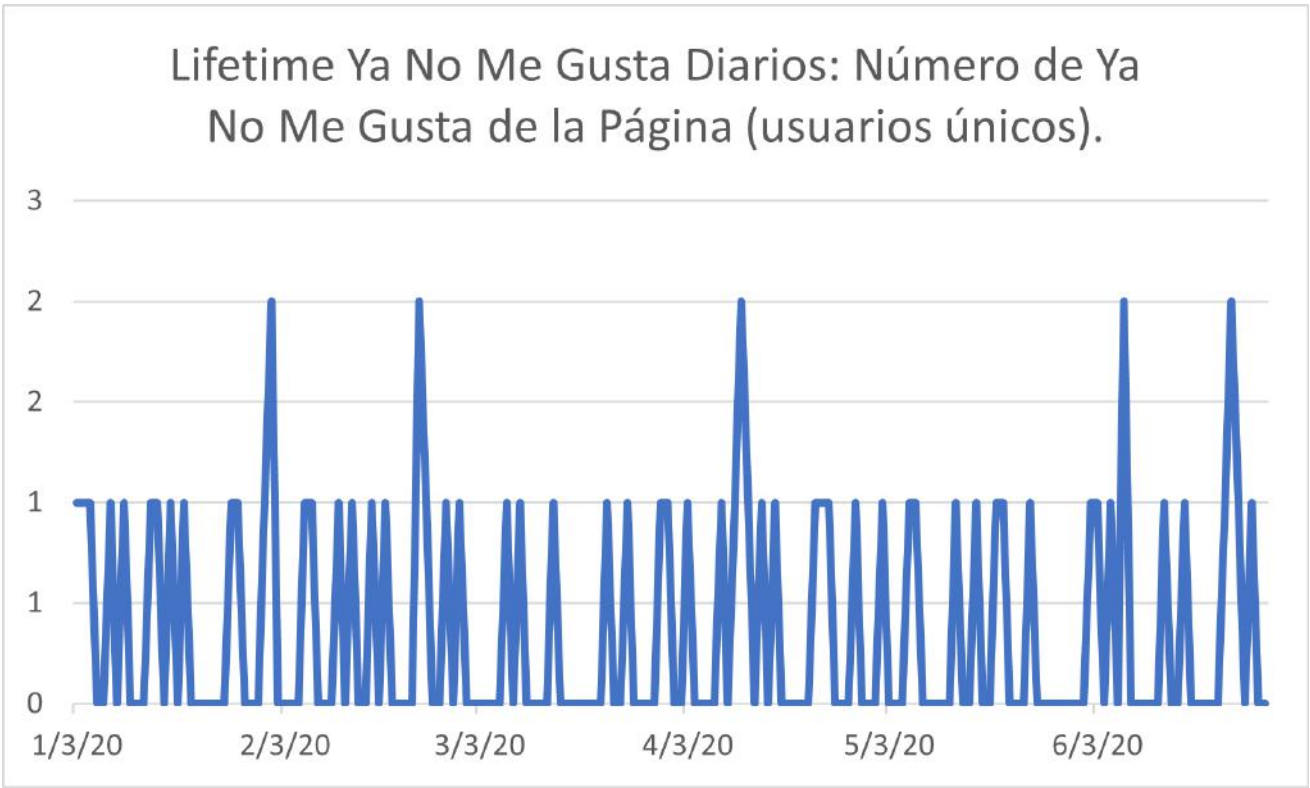
Cabe mencionar que los incrementos de likes a la página vinieron en momentos específicos de la actividad de FB, como lo fue en febrero 18 con la foto de perfil nueva de la RENECA que implicó un aumento considerable y una segunda ocasión con el Ciclo de conversatorios sobre Minorías y disidentes en México que atrajo el mayor número de likes en la página y posteriormente bajó por la falta de actividad.

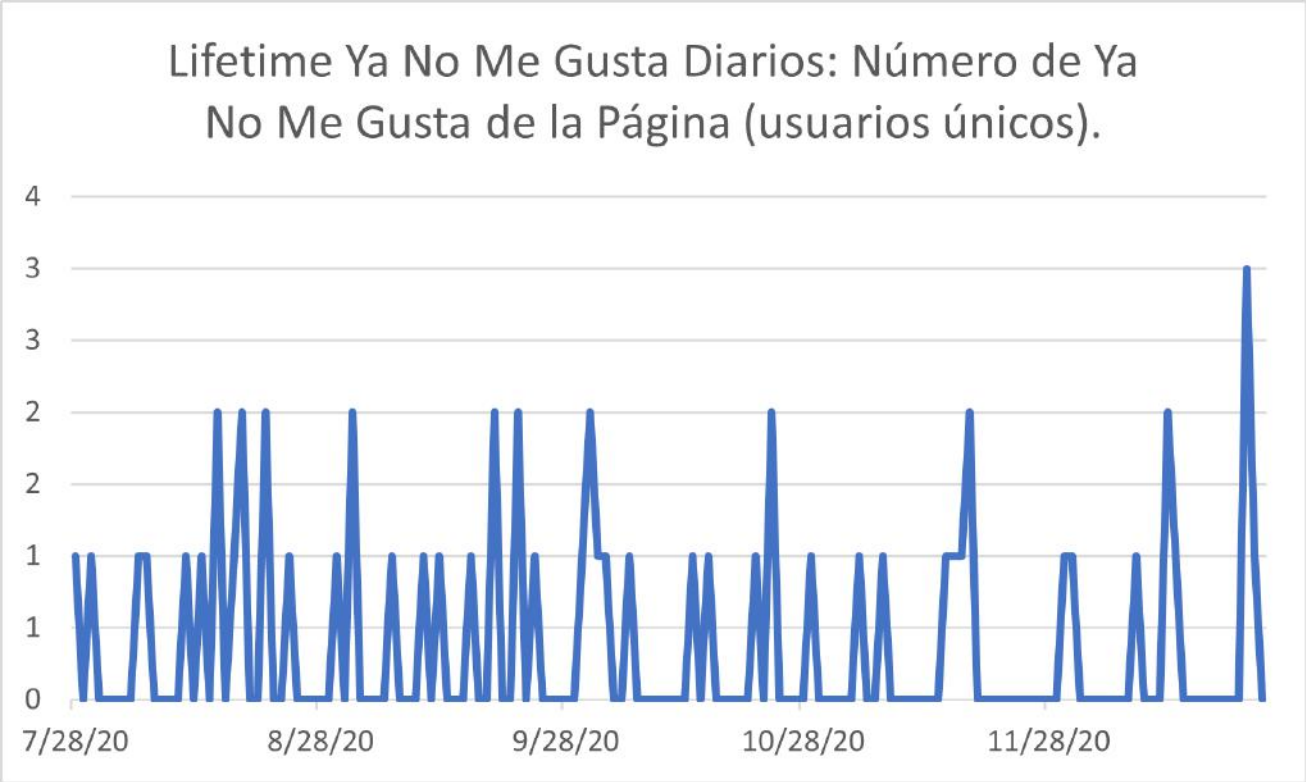



Lifetime Total de Likes: Número total de personas que les gusta la página (usuarios únicos).
2650
2600
2550
2500
2450
2400
7/28/20
8/28/20
9/28/20
10/28/20
11/28/20

Lifetime Likes Nuevos Diariamente: Número de personas que dieron like a la página (usuarios únicos).
60
50
40
30
20
10
0
1/6/20
2/6/20
3/6/20
4/6/20
5/6/20
6/6/20

Lifetime Likes Nuevos Diariamente: Número de personas que dieron like a la página (usuarios únicos).
18
16
14
12
10
8
6
4
2
0
7/28/20
8/28/20
9/28/20
10/28/20
11/28/20


Lifetime Ya No Me Gusta Diarios: Número de Ya No Me Gusta de la Página (usuarios únicos).
3
2
2
1
1
0
1/3/20
2/3/20
3/3/20
4/3/20
5/3/20
6/3/20

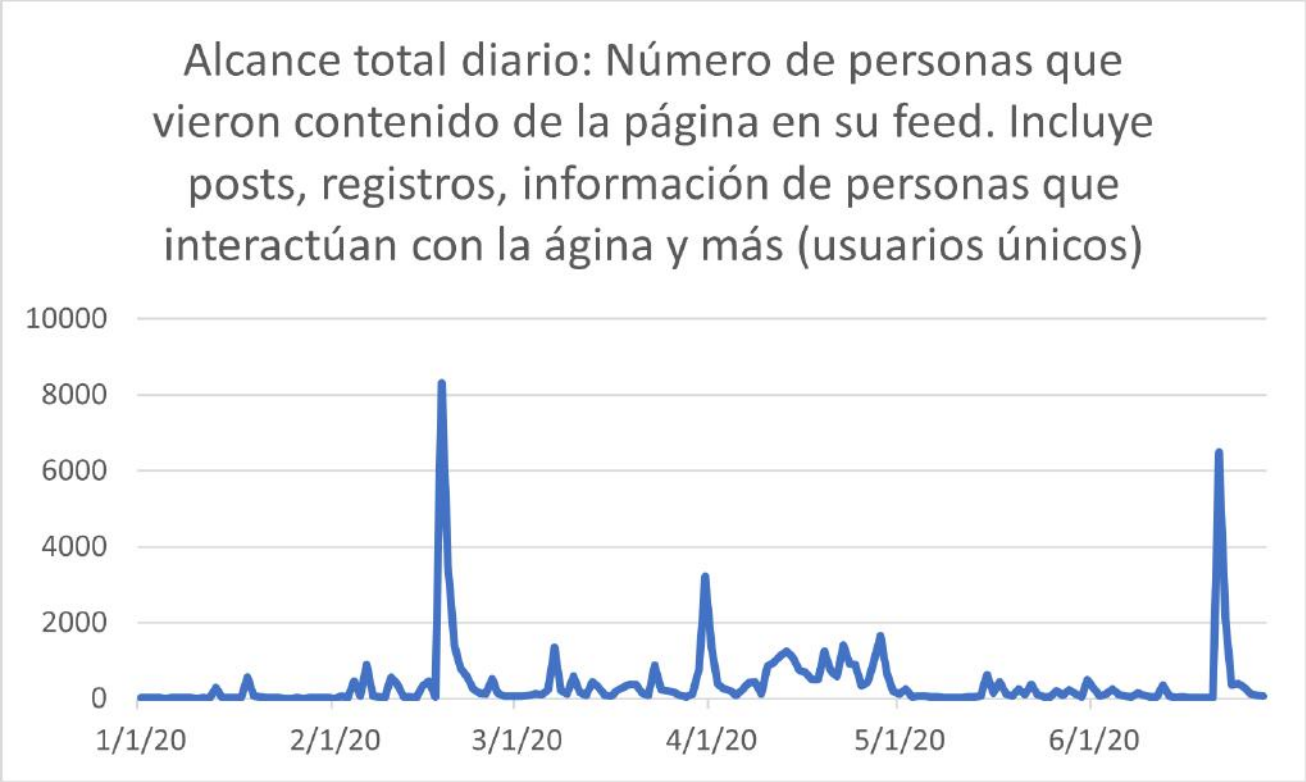


Sobre el alcance del contenido y visitas de la página:

Como podemos observar en las gráficas de alcance total diario, los mejores resultados se obtuvieron en el P1 con el cambio de la foto de perfil, los posts referentes a la convocatoria del XXX CONECA y en el P2 con el ciclo de conversatorios, sin embargo, ninguno de los últimos dos ganó mayor alcance que la de la foto de perfil. Por lo visto, también existe una enorme brecha entre los máximos y los mínimos de alcance pues en todo el 2020 el mínimo fue de 4 mientras que el máximo fue de 8320; en cuanto al alcance total logrado en el año fue de 112,132 personas a las que pudo llegar una vez al día un contenido de la página. El P1 acaparó una mayor parte del alcance a comparación del P2, pues hay una diferencia de 26,818 usuarios únicos.

Respecto a las visitas diarias a la página, hubo una mayor actividad y con afluencia constante en el P1, recordando los posts realizados. En total se recibieron 6,006 visitas a la página en todo el año, siendo el mínimo 1 y el máximo 363 por día; en promedio fueron 16.45 usuarios que visitaron la página por cada día del año.

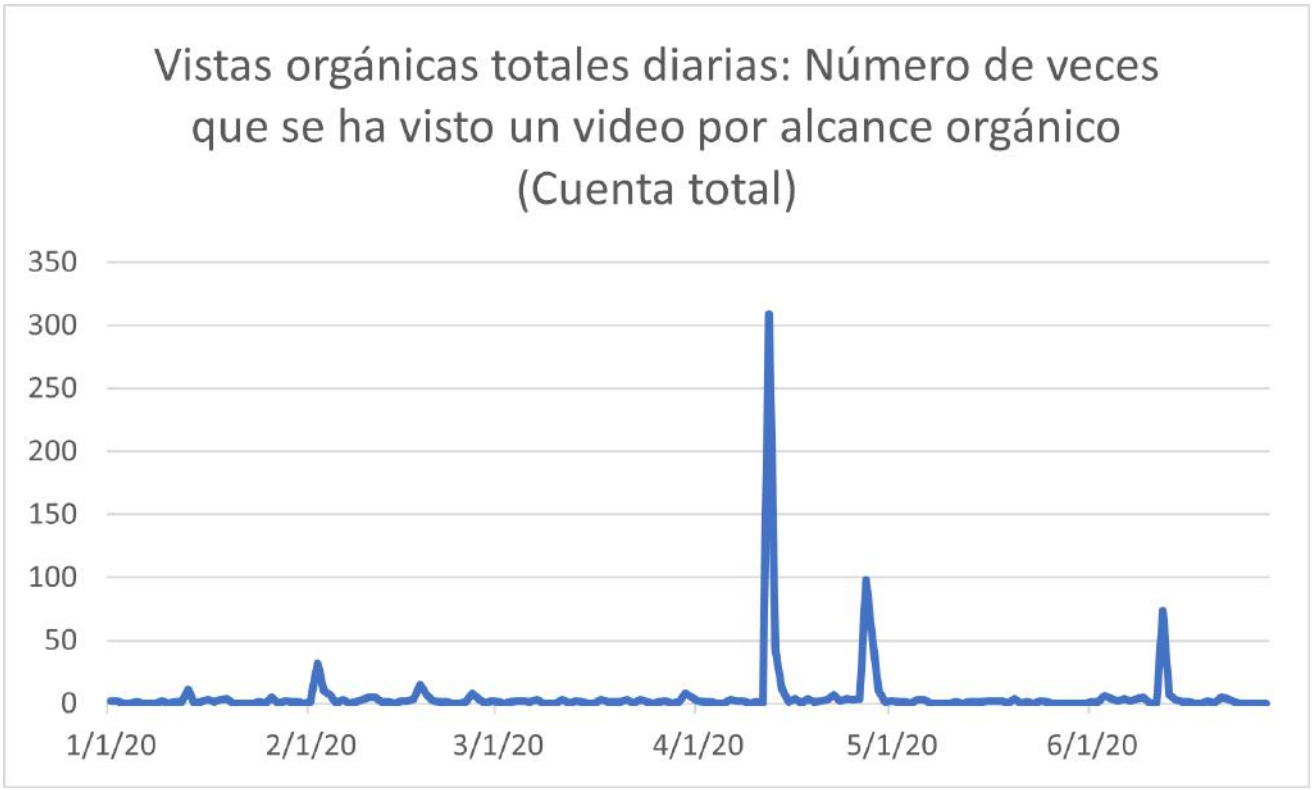
Respecto a las vistas de contenido audiovisual, tenemos que, por razones del Ciclo de Conversatorios de la RENECA, el P2 tuvo una mayor producción de este tipo, por lo que aumentaron considerablemente las vistas de videos en ese momento. En total se lograron 4,207 veces que se vio un video, siendo el mínimo 1 vez por día y el máximo de 459 vistas por día; en promedio fueron 11.52 vistas por cada día del año de algún video de la página.



Alcance total diario: Número de personas que vieron contenido de la página en su feed. Incluye posts, registros, información de personas que interactúan con la ágina y más (usuarios únicos)
3000
2500
2000
1500
1000
500
0
7/28/20
8/28/20
9/28/20
10/28/20
11/28/20

Visitas diarias a la página de inicio: Vistas de usuarios registrados en Facebook (Cuenta total)
400
350
300
250
200
150
100
50
0
1/1/20
2/1/20
3/1/20
4/1/20
5/1/20
6/1/20

Visitas diarias a la página de inicio: Vistas de usuarios registrados en Facebook (Cuenta total)
180
160
140
120
100
80
60
40
20
0
7/28/20
8/28/20
9/28/20
10/28/20
11/28/20

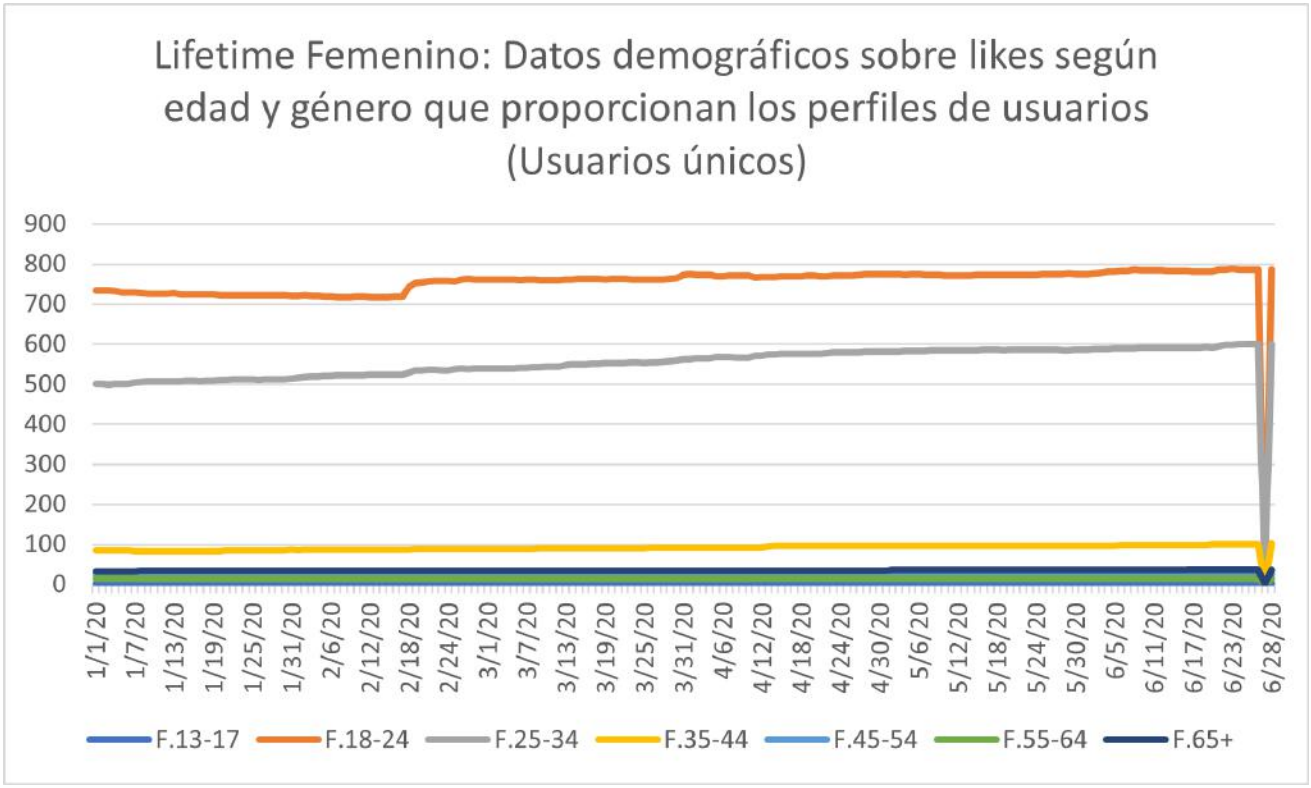

Vistas orgánicas totales diarias: Número de veces que se ha visto un video por alcance orgánico (Cuenta total)
350
300
250
200
150
100
50
0
1/1/20
2/1/20
3/1/20
4/1/20
5/1/20
6/1/20

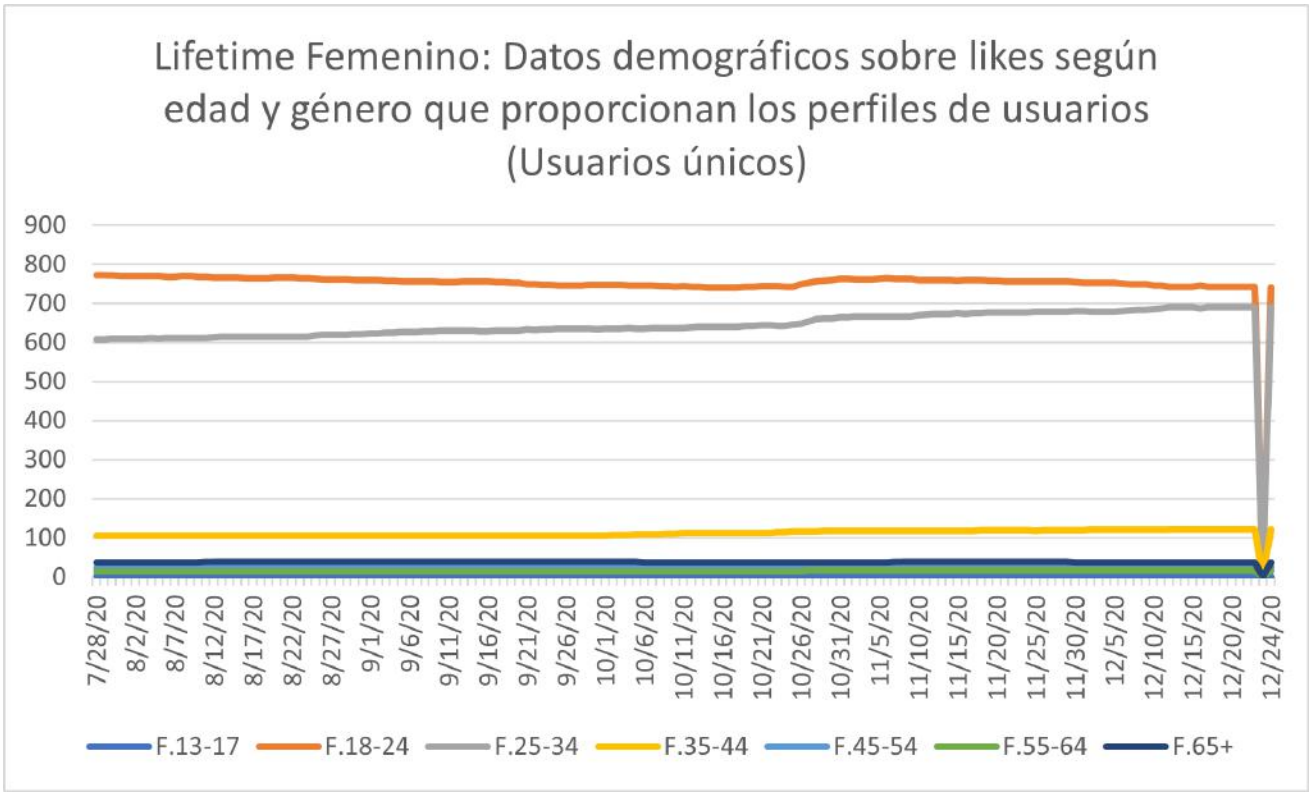
Sobre les seguidores de la página de FB:

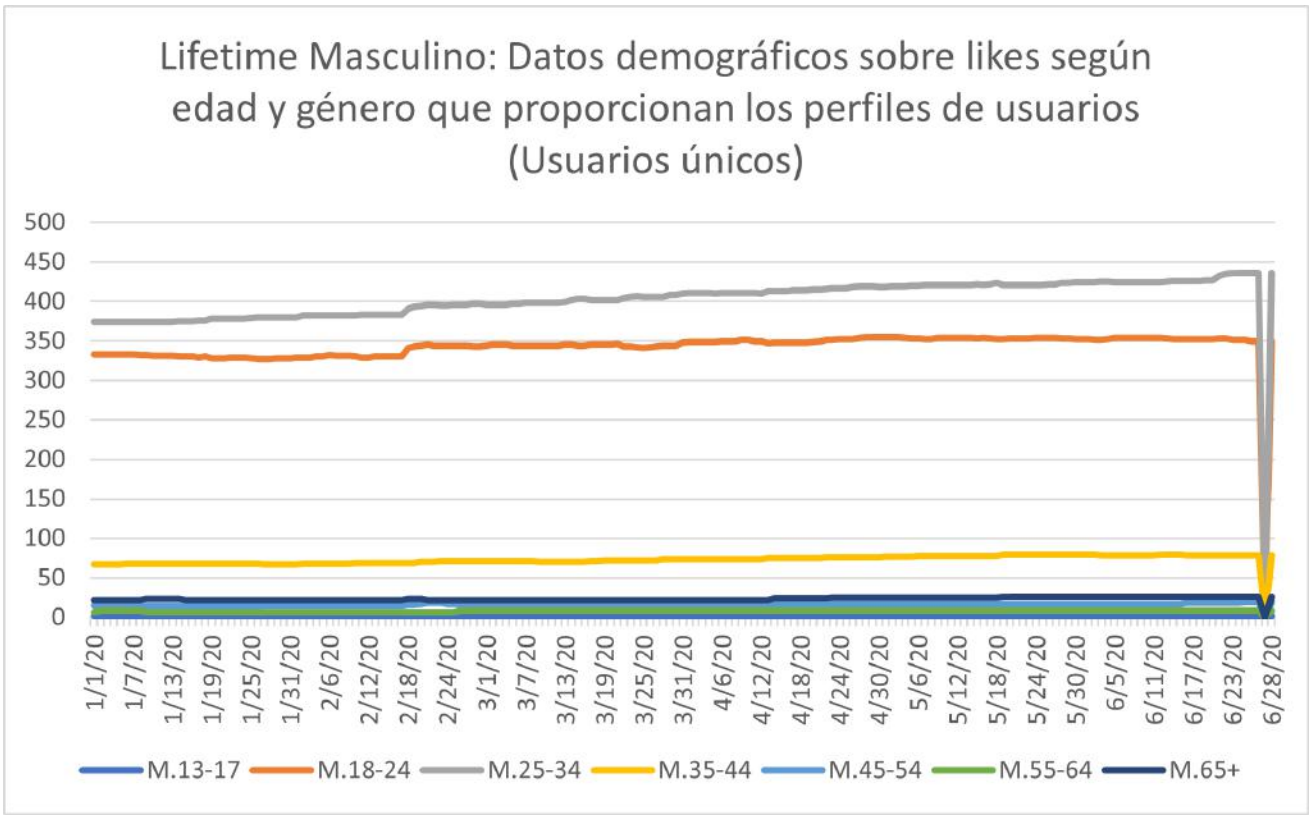
Como podemos observar en las gráficas siguientes, el mayor público que tiene la página de FB de la RENECA es de género femenino, cuyas edades principalmente rondan entre los 18 a 24 años como público principal y el secundario de 25 a 34 años. En 2020 aumentó el público de 25 a 34 años y de 35 a 44, agregando un porcentaje importante del total.

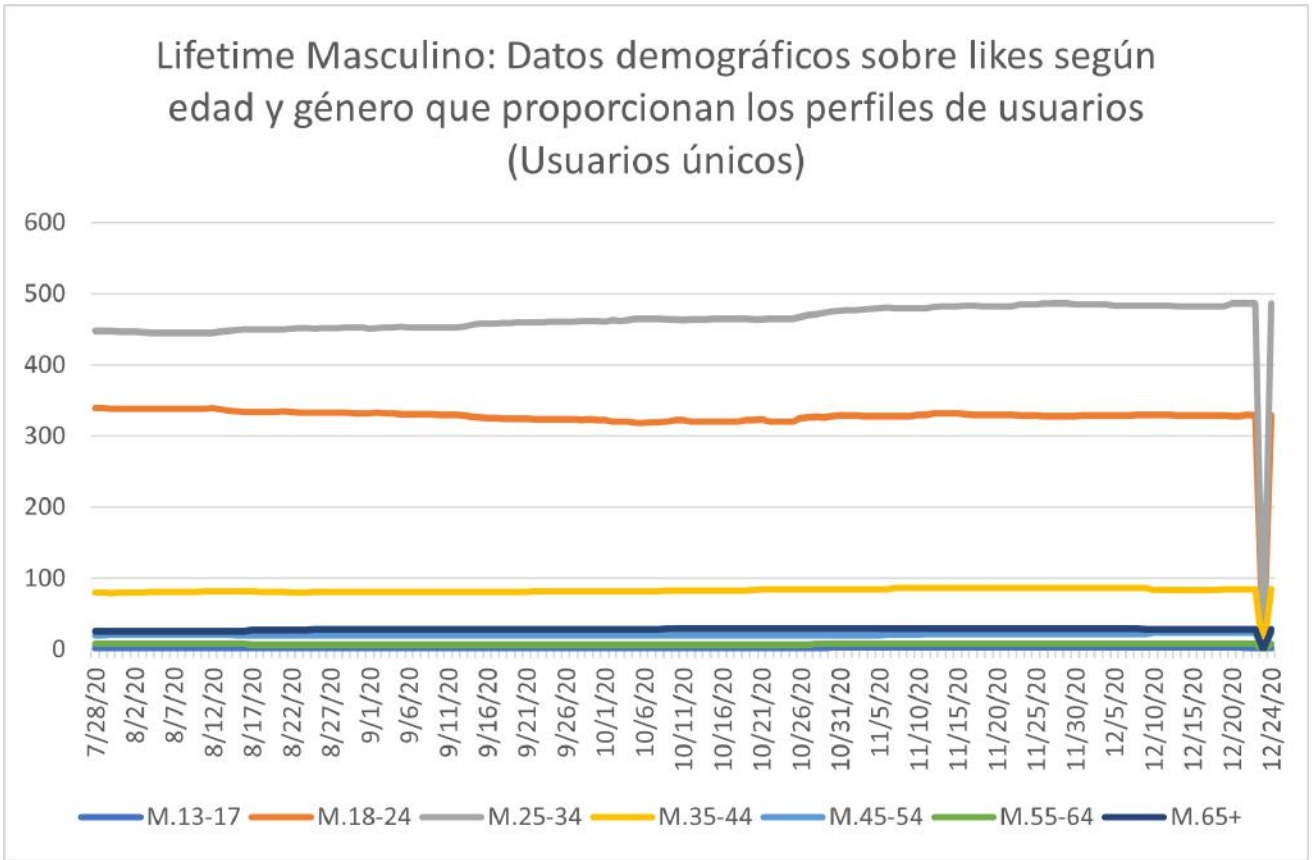
Por otro lado, encontramos que el público de género masculino es el que le sigue, por número de usuarios, pero con un público principal de 25 a 34 años y el secundario de 18 a 24 años, lo que podría indicar que el número de hombres con intereses en Ciencias Antropológicas disminuyó en los últimos años o que no se ha llegado a este publico aún, pues considerando que la RENECA es de corte estudiantil principalmente organizada por alumnos de licenciatura, que normalmente cuentan con edades de 18 a 24 años respectivamente, pero en este caso, ha cambiado la relación de público alcanzado por likes a la página. En 2020, aumentó el público de 25 a 34 años y disminuyó el de 18 a 24 años.

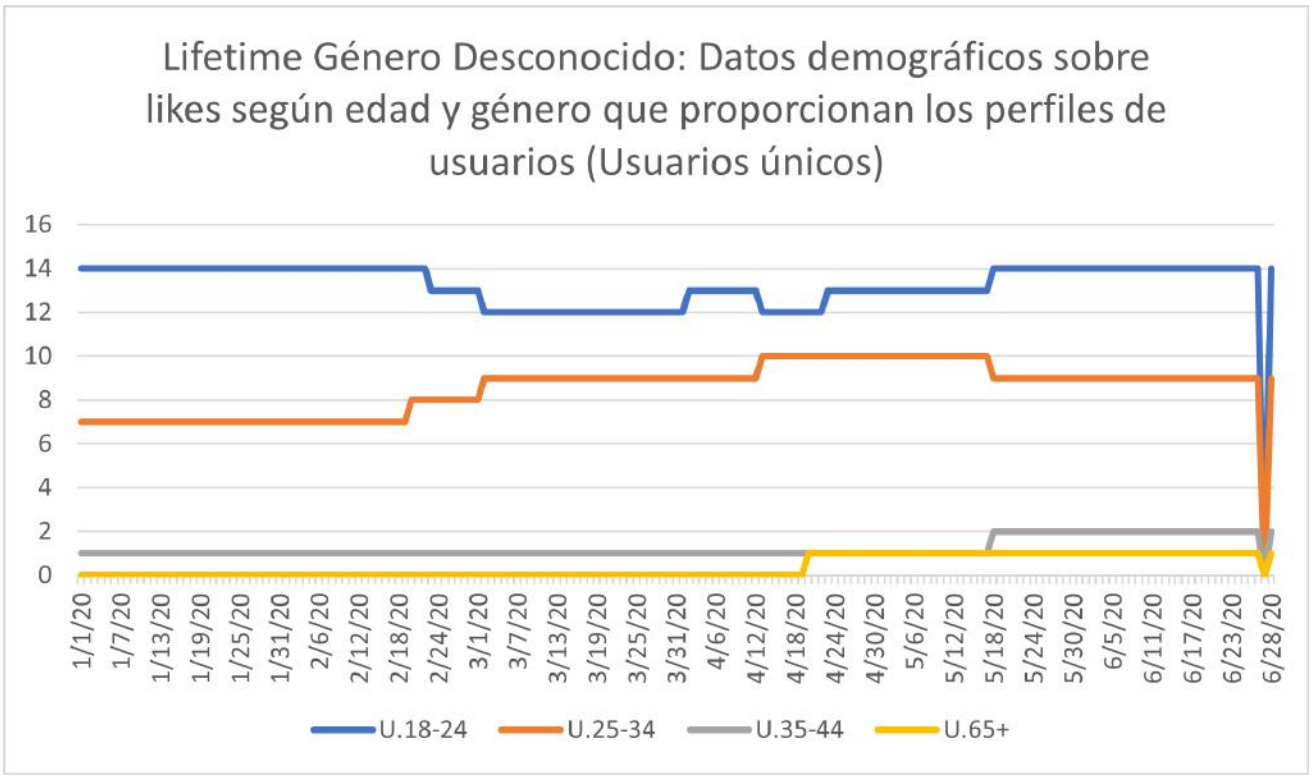
Al final, encontramos que usuarios de género no definido en su perfil, son un público principal de 18 a 24 años y secundario de 25 a 34. En 2020 disminuyó el público de 45 años en adelante en esta categoría.

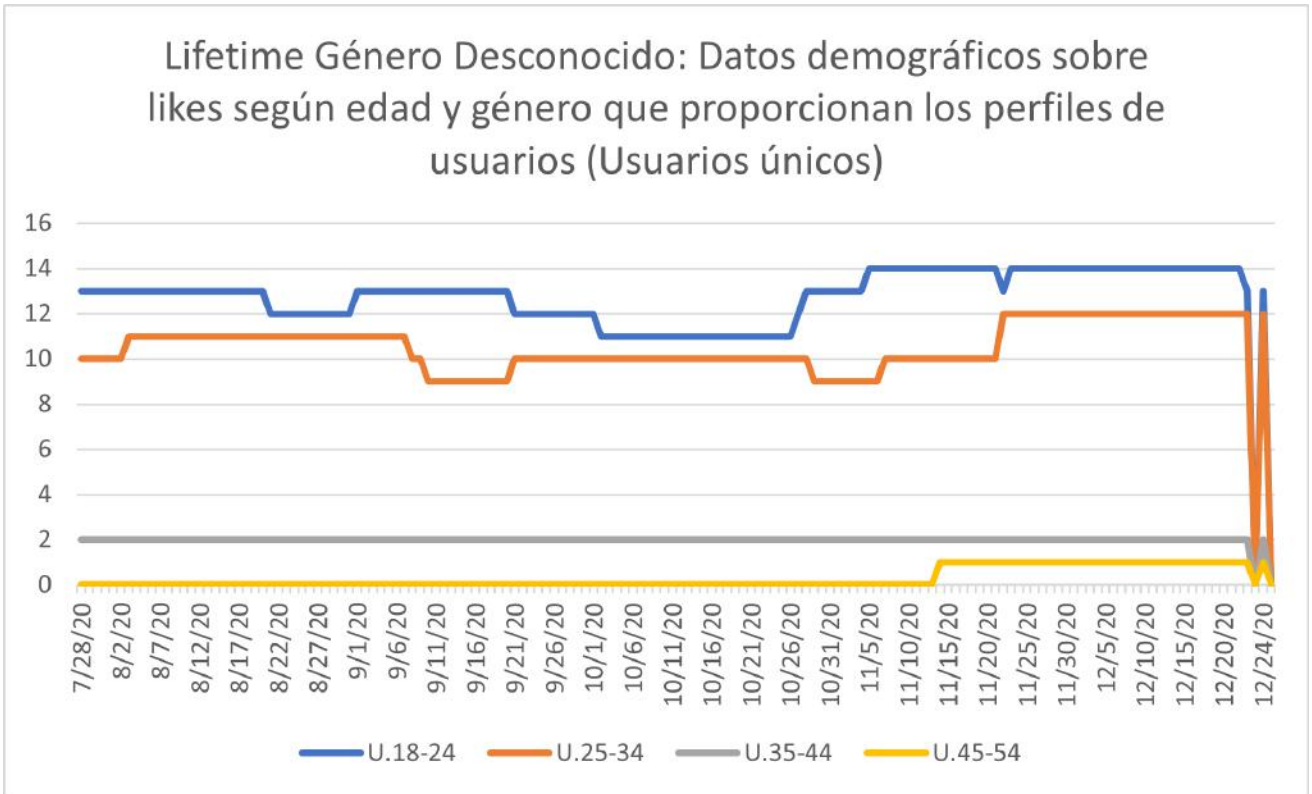


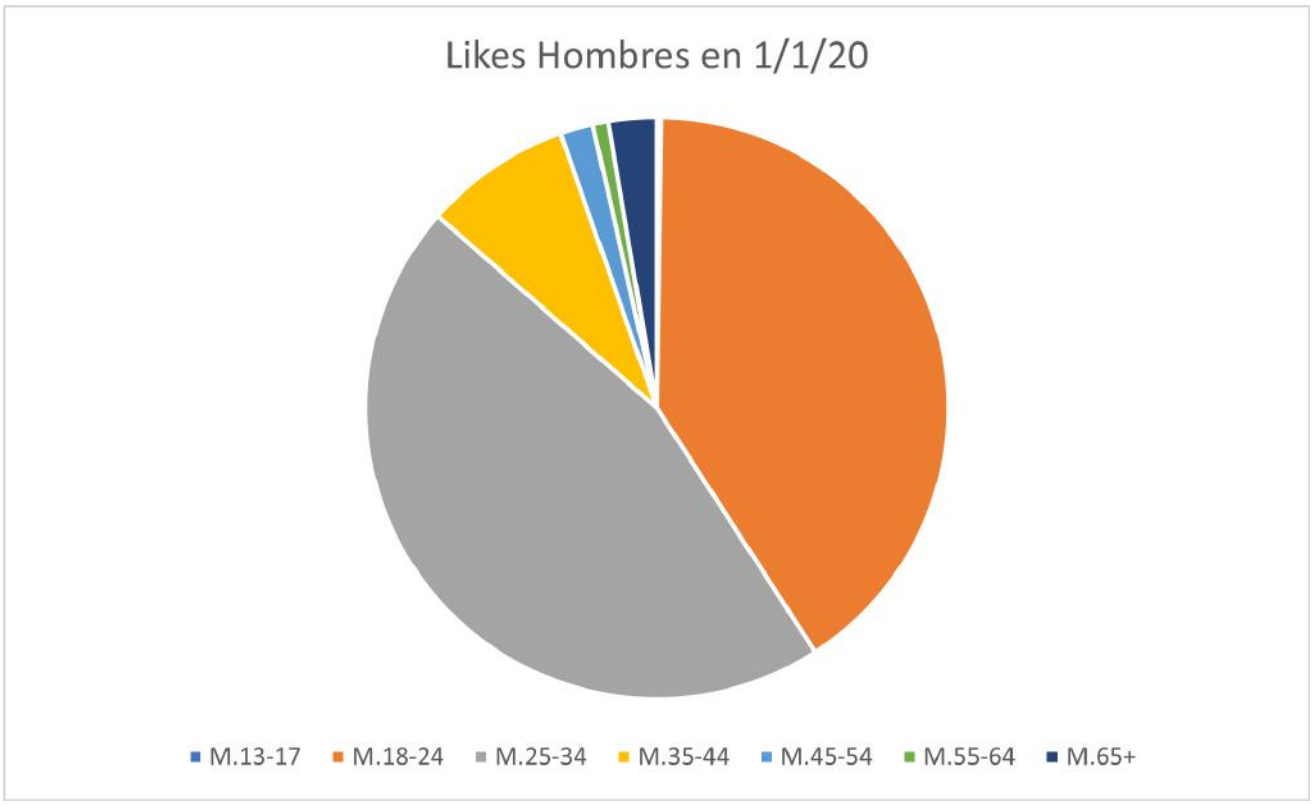


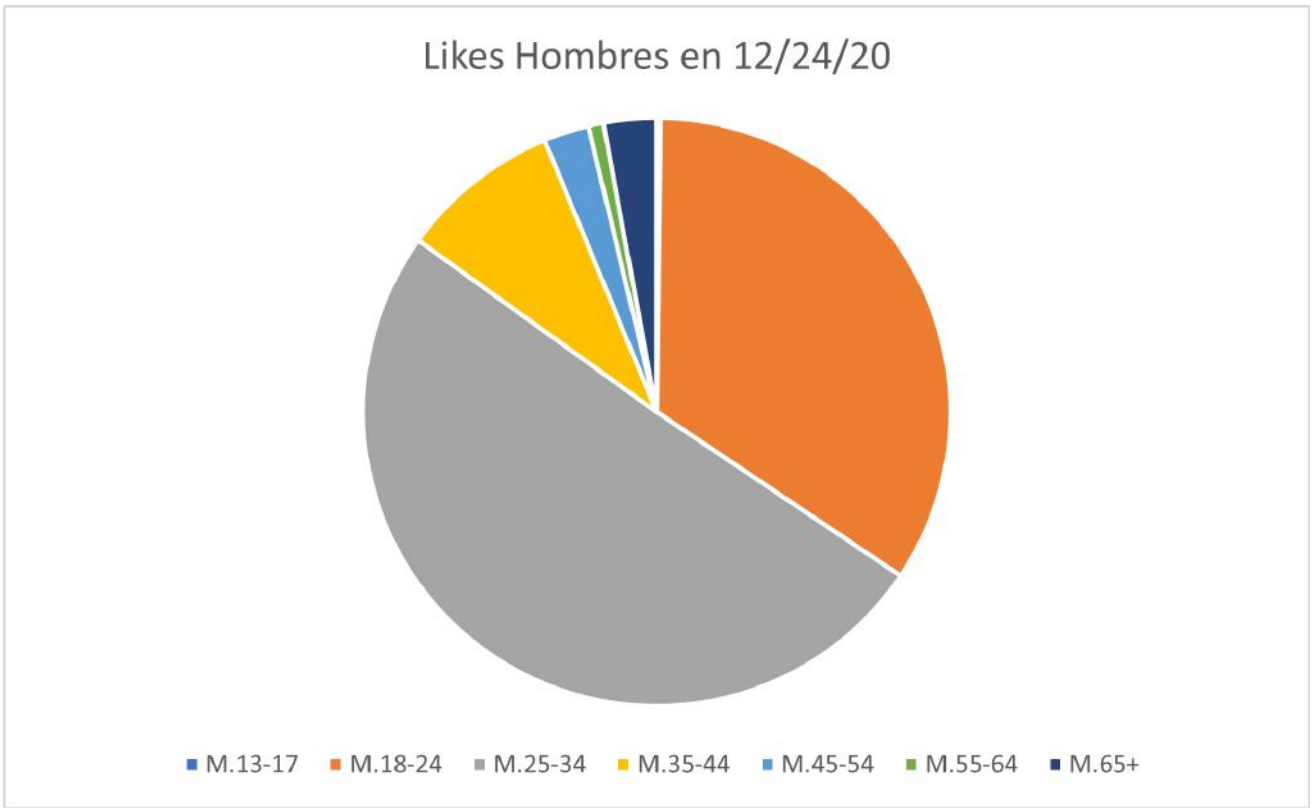

Lifetime Masculino: Datos demográficos sobre likes según edad y género que proporcionan los perfiles de usuarios (Usuarios únicos)
500
450
400
350
300
250
200
150
100
50
0
1/1/20
1/7/20
1/13/20
1/19/20
1/25/20
1/31/20
2/6/20
2/12/20
2/18/20
2/24/20
3/1/20
3/7/20
3/13/20
3/19/20
3/25/20
3/31/20
4/6/20
4/12/20
4/18/20
4/24/20
4/30/20
5/6/20
5/12/20
5/18/20
5/24/20
5/30/20
6/5/20
6/11/20
6/17/20
6/23/20
6/28/20
M.13-17
M.18-24
M.25-34
M.35-44
M.45-54
M.55-64
M.65+

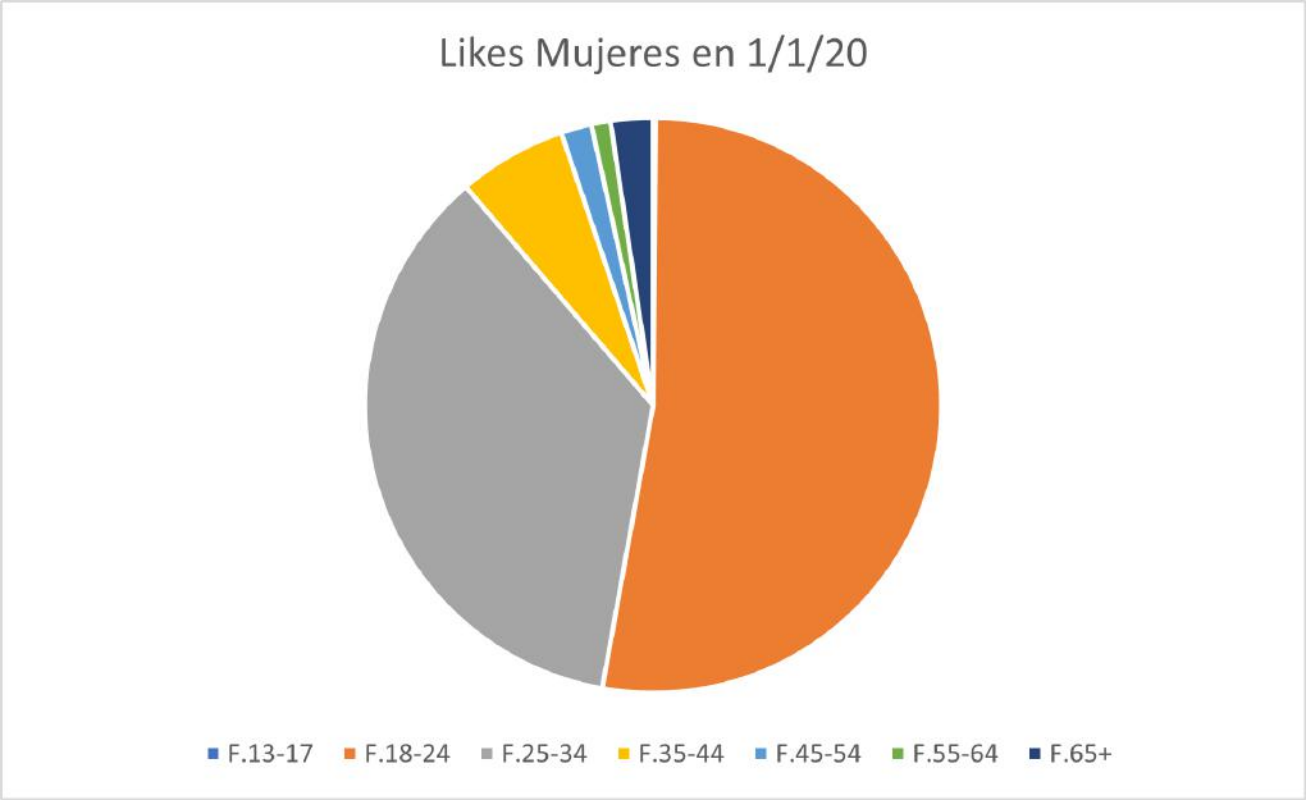

Lifetime Masculino: Datos demográficos sobre likes según edad y género que proporcionan los perfiles de usuarios (Usuarios únicos)
600
500
400
300
200
100
0
7/28/20
8/2/20
8/7/20
8/12/20
8/17/20
8/22/20
8/27/20
9/1/20
9/6/20
9/11/20
9/16/20
9/21/20
9/26/20
10/1/20
10/6/20
10/11/20
10/16/20
10/21/20
10/26/20
10/31/20
11/5/20
11/10/20
11/15/20
11/20/20
11/25/20
11/30/20
12/5/20
12/10/20
12/15/20
12/20/20
12/24/20
M.13-17
M.18-24
M.25-34
M.35-44
M.45-54
M.55-64
M.65+

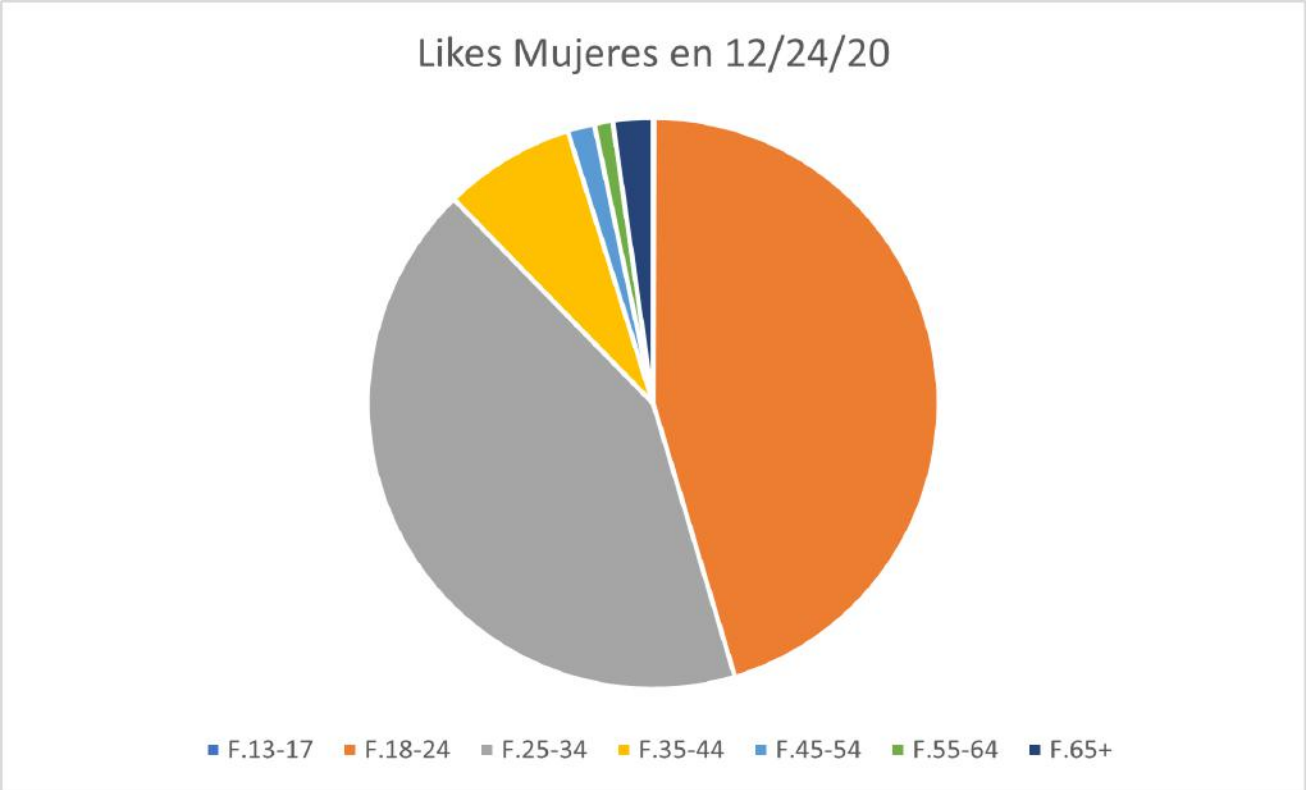

Lifetime Género Desconocido: Datos demográficos sobre likes según edad y género que proporcionan los perfiles de usuarios (Usuarios únicos)
16
14
12
10
8
6
4
2
0
1/1/20
1/7/20
1/13/20
1/19/20
1/25/20
1/31/20
2/6/20
2/12/20
2/18/20
2/24/20
3/1/20
3/7/20
3/13/20
3/19/20
3/25/20
3/31/20
4/6/20
4/12/20
4/18/20
4/24/20
4/30/20
5/6/20
5/12/20
5/18/20
5/24/20
5/30/20
6/5/20
6/11/20
6/17/20
6/23/20
6/28/20
U.18-24
U.25-34
U.35-44
U.65+

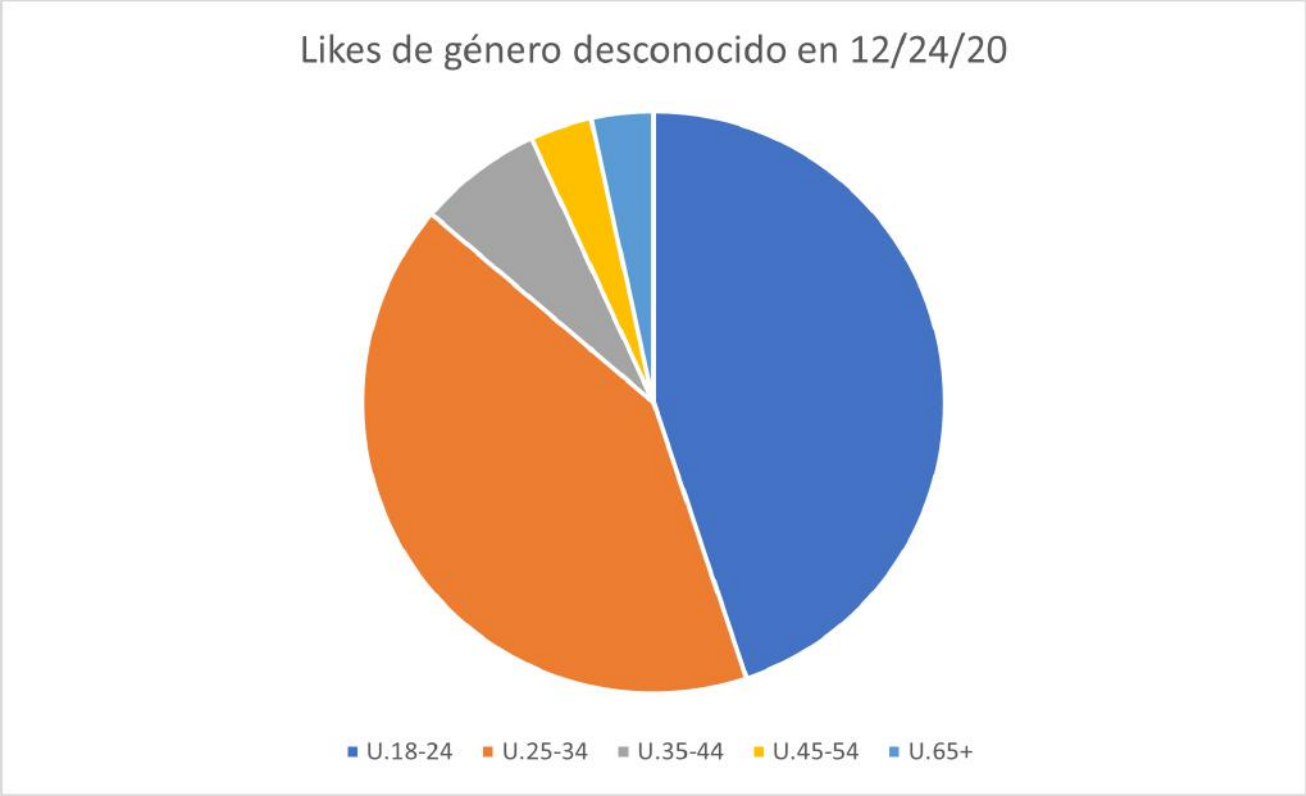

Lifetime Género Desconocido: Datos demográficos sobre likes según edad y género que proporcionan los perfiles de usuarios (Usuarios únicos)
16
14
12
10
8
6
4
2
0
7/28/20
8/2/20
8/7/20
8/12/20
8/17/20
8/22/20
8/27/20
9/1/20
9/6/20
9/11/20
9/16/20
9/21/20
9/26/20
10/1/20
10/6/20
10/11/20
10/16/20
10/21/20
10/26/20
10/31/20
11/5/20
11/10/20
11/15/20
11/20/20
11/25/20
11/30/20
12/5/20
12/10/20
12/15/20
12/20/20
12/24/20
U.18-24
U.25-34
U.35-44
U.45-54

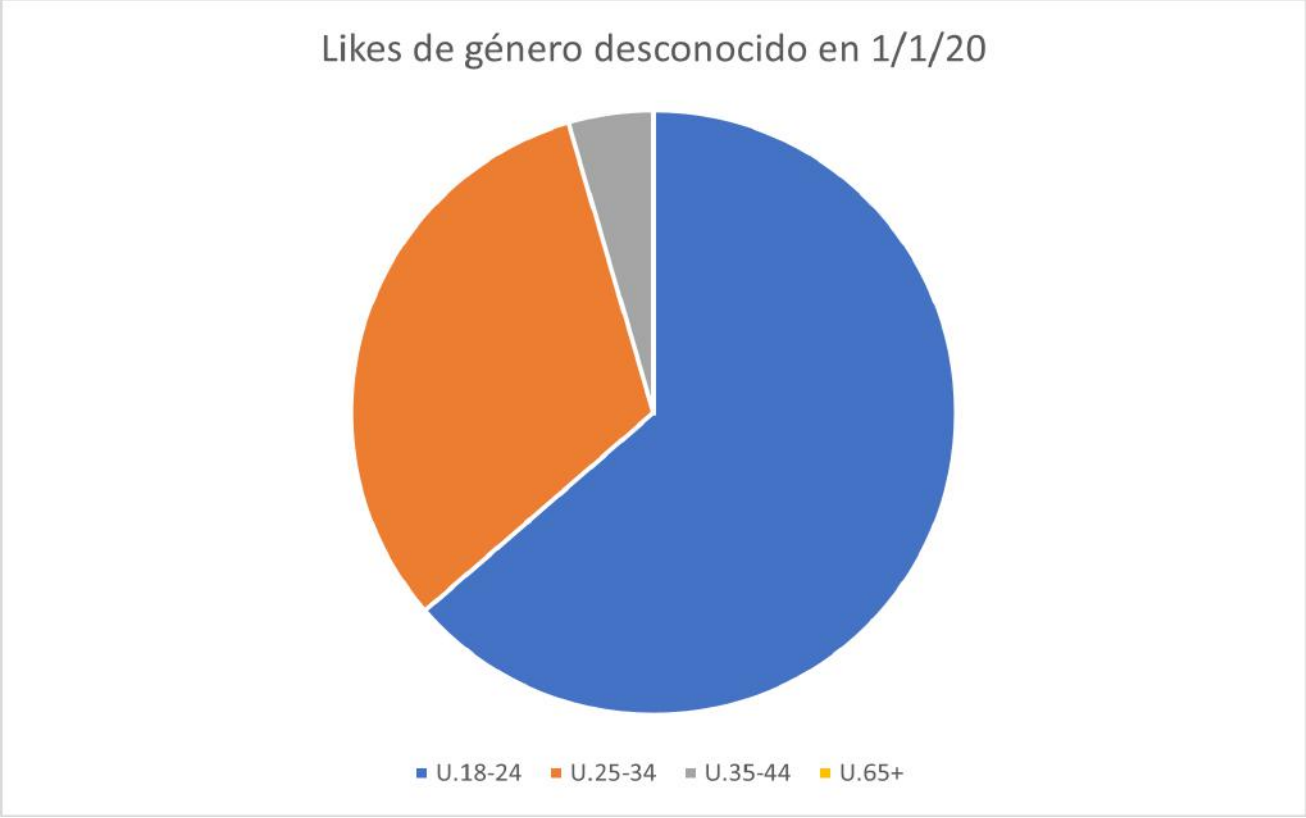

Likes Hombres en 1/1/20
M.13-17
M.18-24
M.25-34
M.35-44
M.45-54
M.55-64
M.65+


Likes Hombres en 12/24/20
M.13-17
M.18-24
M.25-34
M.35-44
M.45-54
M.55-64
M.65+


Likes Mujeres en 1/1/20
F.13-17
F.18-24
F.25-34
F.35-44
F.45-54
F.55-64
F.65+


Likes Mujeres en 12/24/20
F.13-17
F.18-24
F.25-34
F.35-44
F.45-54
F.55-64
F.65+


Likes de género desconocido en 12/24/20
U.18-24
U.25-34
U.35-44
U.45-54
U.65+


Likes de género desconocido en 1/1/20
U.18-24
U.25-34
U.35-44
U.65+

Sobre los likes según el país:

En esta sección encontramos datos relevantes en un momento como el actual en el que la pandemia imposibilitó el contacto físico dentro de las academias, universidades e instituciones educativas, pero abrió un campo digital que en ocasiones fue bastante aprovechado como para crear redes con estudiantes de otras latitudes y longitudes del mundo. El caso del I CDIECA es el más claro con la participación de ponentes de Perú y Colombia, demostrando que la difusión digital tiene posibilidades potenciales de trabajo y que, a pesar de que la RENECA tenga establecidas las prioridades a nivel nacional, no se deben dejar pasar las oportunidades de diálogo a nivel internacional, regional o intercontinental.

Como se observa en los mapas siguientes de datos de likes únicos del 1 de enero de 2020 y del 24 de diciembre de 2020, notamos que la presencia de usuarios que siguen la página en países diferentes a México es sustancial haciendo la suma total para el 1 de enero de 141 usuarios del extranjero, y para el 24 de diciembre de 162 usuarios del extranjero. Es claro que el aumento de usuarios fue mínimo pues apenas se lograron 21 nuevos usuarios extranjeros, con aparición y desaparición de likes en algunos países, implicando una dinámica que quizás haya surgido de forma espontánea, por interés y/o desinterés, o bien por una decisión específica del usuario.

La falta de interacción de la RENECA a nivel internacional durante la pandemia de COVID-19 se notó ante la mínima conexión con otras organizaciones estudiantiles que, por su parte, sí realizaron actividades de integración, diálogo o articulación, como lo fue el caso del Encuentro de Estudiantes de Antropología y Arqueología (ENEAA) que sí realizó encuentros virtuales estudiantiles de Latinoamérica, o la misma Asociación Latinoamericana de Antropología (ALA) en su Congreso Virtual en el que dio un espacio para el Encuentro Latinoamericano de Estudiantes de Antropología, siendo el primero de su tipo en los espacios de la ALA.

Lo anterior no nos deja sino la reflexión de comenzar a expandir los intereses de la RENECA, aprovechando el momento de la globalización digitalización y movilización estudiantil de forma digital que abre otros caminos para formar redes aún mayores en los que la reciprocidad es esencial y la difusión del quehacer antropológico es valorado por colegas de diferentes latitudes. Por lo cual añadimos esta reflexión mucho mayor a las anteriores y que vemos como una oportunidad a trabajar a largo plazo y con el apoyo de todas las delegaciones.

Instagram

El perfil cuenta solo con 125 seguidores, 0 publicaciones y 2 seguidos. No hay historias destacadas, reels o IGTV.

Página web

De la página de Wix, encontramos que el total de sesiones realizadas al sitio www.renecamx.com fue de 377, siendo 245 visitantes únicos, y con un promedio de 12 minutos con 52 segundos de duración de cada visita, por lo visto, hubo un aumento considerable de visitas al sitio con un incremento del 454% con respecto al año anterior. Sobre el tráfico de la página a lo largo del 2020, encontramos semejanzas con la actividad registrada en Facebook, pues el mayor número de visitas se registró en fechas que coinciden con el cambio de foto de perfil, la publicación de convocatorias del XXX CONECA y el Ciclo de conversatorios de la RENECA.

Sobre los sitios de los cuales provienen les visitantes, tenemos que una mayoría accede directamente al sitio con el link exacto, en segundo lugar, las búsquedas por Google, en tercer puesto los sitios que hacen referencia a la página web y en cuarto lugar aquellas entradas vía Facebook. El hecho de tener un cuarto de visitantes del porcentaje total que regresan al sitio implica que hay usuarios con potencialidad de ser regulares.

En cuanto a la región de la que provienen las visitas, tenemos que una mayoría vino de Quintana Roo, posteriormente de Sonora, Veracruz, Jalisco y finalmente la Zona Centro, respectivamente. Los alcances internacionales fueron mínimos siendo casi nulos en países fuera de México.

377
Sesiones totales del sitio
▲ 454%
245
Visitantes únicos
▲ 362%
12m 52s
Duración media de la sesión
▲ 9,550%

Tráfico a lo largo del tiempo
30
20
10
0
Sesiones del sitio
En. 1
Febr. 1
Mzo. 1
Abr. 1
My. 1
Jun. 1
Jul. 1
Ag. 1
Set. 1
Oct. 1
Nov. 1
Dic. 1
En. 1
Día
Periodo actual
Periodo anterior

Principales sitios referentes
133
58
88
3
74
42
5
9
1
100
50
0
Sesiones del sitio
Direct
google.com
Directas
facebook.com
bing.com
Sitio del referente
Periodo actual
Periodo anterior

Retención de visitantes
Nuevo visitante 75.18%
Visitante que regresa 24.82%

Dallas
Shreveport
Jackson
TEXAS
LOUISIANA
ALABAMA
GEORGIA
El Paso
Tallahassee
New Orleans
Houston
San Antonio
CHIHUAHUA
Chihuahua
COAHUILA
Corpus Christi
Matamoros
Torreón
DURANGO
Mexico
Gulf of Mexico
Tampico
Belize
Guatemala
Honduras
OAXACA

Descripción de plataformas digitales

Como es conocido, la RENECA a nivel nacional cuenta con Facebook, Instagram, Youtube y una página web con dominio propio, pero en la plataforma Wix. Por otro lado, cada delegación cuenta con sus redes sociales independientes añadiéndose en algunos casos la creación de blogs o páginas de internet, por lo que es importante identificar cuáles se han mantenido activas, qué otras están inactivas y a posteriori identificar cuáles son las posibilidades de trabajo. A continuación, dejamos los apartados de las redes a nivel Red Nacional y Delegaciones Locales.

Nacional

Facebook.
Se cuenta con la página de FB por el nombre: Red Nacional de Estudiantes en Ciencias Antropológicas, fue creada en 2015 y se mantiene activa desde entonces. Para finales del 2020, contaba con 2528 likes totales. El enlace de acceso es el siguiente:
https://www.facebook.com/reneca.nacional

Instagram.
Se cuenta con un perfil en Instagram por con el usuario @reneca_mx, cuenta con 125 seguidores y 0 publicaciones, cabe mencionar que para mediados de 2020 sí contaba con publicaciones referentes al XXX CONECA, sin embargo, fueron removidas del perfil debido a que no se llevó a cabo el evento y no se realizaron más publicaciones. El enlace del perfil es el siguiente:
https://www.instagram.com/reneca_mx/

YouTube

Del canal de Youtube, tenemos que solo se lograron 115 visualizaciones, juntando 2.8 horas en total de reproducción de videos, sumando 6 suscriptores en todo el 2020, dando un total de 18. Considerando la nula actividad en este medio, los resultados son favorables, mas no satisfactorios.

Objetivos en RR.SS. para 2021.

Objetivos en RR.SS. para 2021

Para estos objetivos debemos aclarar que no buscamos cumplirlos todos ni mucho menos en exactitud, pero sí se pretende mínimo lograr dos de los 3 que se plantean para cada rubro en cada red social, considerando que cada red se maneja distinto y que nuestro público mayor se encuentra concentrada en una sola plataforma, pero que puede ser utilizada para proyectar las otras de forma progresiva si se conjunta al Plan de Trabajo 2021 de la RENECA.

Facebook

- Incrementar 400 likes en la página.
- Incrementar 1000 likes en la página.
- Lograr un alcance de 8,500 usuarios por día.
- Lograr un alcance de 10,000 usuarios por día.
- Aumentar la población de 18 a 24 años en ambos sectores, buscando renovar el público masculino.
- Aumentar los likes en la región latinoamericana con un mínimo de 50 usuarios extranjeros.

Instagram

- Incrementar 100 seguidores.
- Incrementar 300 seguidores.
- Lograr un alcance de 500 personas en un post.
- Crear 9 posts mínimo en el año.
- Crear un Reel o IGTV.
- Formar historias destacadas: sobre la RENECA, sobre las delegaciones, convocatoria general, CONECA.

Página Web

- Incrementar las visitas a 500 por año.
- Incrementar a 300 visitantes únicos.
- Finalizar la edición y publicación de datos de la RENECA en la página, incluyendo delegaciones locales, comités directivos y Congresos.
- Aumentar las visitas de otros países a 40.
- Descentralizar las visitas de los sitios predominantes y aumentar visitas de otros Estados de la República.

YouTube

- Crear 1 video nuevo sobre la RENECA y/o CONECA.
- Subir o realizar una conferencia por este medio.
- Aumentar las visualizaciones a 200.
- Incrementar suscriptores a 50.

Twitter

- Crear cuenta oficial de Twitter.
- Lograr 100 seguidores.
- Subir contenido planificado en el Plan de Trabajo 2021 y crear otro sitio de apoyo para la difusión.

Comentarios finales.

Comentarios finales

Se reitera que con el presente informe se busca dar un balance de la situación de alcances del 2020 de la RENECA para generar oportunidades de trabajo en 2021 aprovechando la reestructuración de la Red en dos Comités Directivos, permitiendo la delegación de más labores al Comité D. de la RENECA, que estará a cargo del Plan de Trabajo 2021 y que buscará cumplir los objetivos plateados en este informe.

Al final del 2021 se volverán a descargar los datos de cada red social que cuente con estas posibilidades para conocer el balance de las metas alcanzadas o no logradas en el año y se hará la comparación de datos nuevamente para conocer cuáles fueron los aciertos, errores, dinámicas y actividades potenciales que sirvan para los próximos Comités Directivos de la RENECA y del CONECA. Sin la necesidad de obligarles a realizar el mismo trabajo, pero con la iniciativa de que los logros no se pierdan y la Red se posicione a nivel nacional como una organización estudiantil reconocida por las instituciones y comunidades a las que pertenecemos sus integrantes.

Enero 2021.

Realización: Max E. Negrete González.