



ARTICULO DE INVESTIGACIÓN ORIGINAL

Fecha de presentación: 14-2-2020 Fecha de aceptación: 20-5-2020 Fecha de publicación: 6-7-2020

REDES SOCIALES: IMPRESCINDIBLE HERRAMIENTA EN LA COMUNICACIÓN UNIVERSITARIA

SOCIAL NETWORKS: ESSENTIAL TOOL FOR UNIVERSITY COMMUNICATION

Ariadna Silva-Arocha¹, Luis Ernesto Camellón-Curbelo², Neyler Echemendía-González³

¹ Máster en Ciencias Pedagógicas, Profesora Asistente, Departamento de Enseñanza Técnico-Profesional, Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, Cuba. Correo: asilva@uniss.edu.cu. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2018-8026> ²Licenciado en Contabilidad y Finanzas, Estado Mayor Región Militar, Sancti Spíritus. Maestrante en Dirección, Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, Cuba. Correo: lcamellon@uniss.edu.cu. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1327-0769> ³Estudiante de cuarto año de la carrera Ingeniería Informática, Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, Cuba. Correo: neyler@uniss.edu.cu. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0236-9827>

¿Cómo citar este artículo?

Silva Arocha, A., Camellón Curbelo, L. E. y Echemendía González, N. (julio-octubre, 2020). Redes sociales: imprescindible herramienta en la comunicación universitaria. *Pedagogía y Sociedad*, 23(58), 382-401. Disponible en <http://revistas.uniss.edu.cu/index.php/pedagogia-y-sociedad/article/view/1069>

RESUMEN

Introducción: El uso de las redes sociales garantiza la participación desde cualquier lugar y usarlas en bien de la universidad, es una manera de acercarla a la sociedad, exponer el quehacer del centro, divulgar los

resultados científicos, el trabajo socio comunitario, las actividades político-ideológicas y tareas de impacto, entre otras. Se considera pertinente desarrollar acciones que permitan gestionar la comunicación digital universitaria en las redes sociales

generalistas con mayor número de usuarios por lo que se plantea como **objetivo:** diseñar acciones que permitan introducir a los estudiantes en el conocimiento de las redes sociales y aumentar sus potencialidades de uso en la gestión de la comunicación universitaria para contribuir al proceso de formación de valores de la sociedad cubana actual.

Métodos: Para la elaboración de la propuesta se utilizaron métodos del nivel teórico y empíricos como el experimento pedagógico y las técnicas de interrogación.

Resultados: Desde 2018 se encuentra en fase experimental en la Facultad Ciencias Técnicas y Empresariales de la Universidad de Sancti Spíritus José Martí, con resultados palpables. **Conclusiones:**

El conocimiento de las redes sociales aumenta las potencialidades de la gestión de la comunicación universitaria, facilitando el uso de un espacio web para publicar contenidos cortos e intercambiar experiencias con otros usuarios dando a conocer la realidad de la educación superior cubana lo que contribuye al proceso de formación de valores y la promoción de la identidad nacional.

Palabras clave: comunicación; gestión de la comunicación; redes sociales; universidad

ABSTRACT

Introduction: The use of social networks ensures geographically limitless interaction and an excellent opportunity for the university as a way of approaching society, exposing the work of the center and disseminating scientific results, socio-community work, political-ideological and other activities with some impact, etc. Hence, performing actions that allow the management of the university's digital communication in the social networks with the largest number of users is considered to be fitting.

Objective: To design actions that allow students to gain knowledge of the social networks, increasing their potential for the management of university communication contributing to fostering values in the current Cuban society. For the elaboration of the proposal, theoretical and empirical methods such as the pedagogical experiment and the interrogation techniques were used. **Results:** Since 2018, the proposal has been in the experimental phase at the Technical

and Business Sciences Faculty of the José Martí University of Sancti Spíritus, with tangible results.

Conclusions: Acquiring knowledge of social networks increases the students' potential for the management of university communication, facilitating the use of a web space to publish content and exchange experiences with other users, exposing the reality of Cuban higher education, thus contributing to fostering values and promoting the national identity.

Keywords: communication; management; social networks; university

INTRODUCCIÓN

Para los estudiantes de las instituciones de educación superior, las redes sociales se han convertido prácticamente en complementos indispensables en su rutina diaria; pues desde la casa o el aula, desde el lugar donde se encuentren, a través de ellas se relacionan con el mundo.

“Las redes sociales representan una nueva forma de interacción y uno de los servicios más utilizados por los internautas actualmente,

especialmente por los jóvenes” (Flores, Chancusig, Cadena, Guaypatín, Montaluisa, 2016 p. 57).

Los canales como Facebook, Twitter o Instagram son el entorno frecuente de los estudiantes. En ellos se comunican, resuelven dudas, comparten su rutina diaria, opinan y socializan con amigos y familiares, hacen nuevas amistades y hasta nuevas relaciones. Por esa razón, es adecuado desarrollar una estrategia de redes sociales para universidades, que permita captar la atención de los estudiantes y mantener una comunicación fluida y de calidad y de esta manera de acercarse a la sociedad, exponer el quehacer del centro, divulgar los resultados científicos, el trabajo socio comunitario, las actividades político-ideológicas y tareas de impacto, entre otras.

El auge de las redes sociales digitales ha cambiado la forma en que las personas se comunican a través de Internet. Quesada (2013) refiere que la red social más común entre los jóvenes es Facebook, que debutó en Estados Unidos e Inglaterra. Es la más visitada a nivel mundial con más de 1000 millones de cuentas.

“Twitter es considerada la red madura, utilizada por adultos y construida a partir de un enfoque de microblogging, la publicación de nuevas noticias en 140 caracteres, es el reto que impone twitter” (Quesada, 2013, p. 5).

Belmonte y Tusa (2010), refieren que:

La utilización de las redes sociales, no solo para actividades lúdicas sino como herramienta de gestión del conocimiento en formación universitaria cada vez cobra más fuerza. Las redes sociales fortalecen aptitudes, habilidades y competencias en los estudiantes, al tiempo que construyen un aprendizaje, formativo y significativo, tan necesario en tiempos de cambio social y económico. (p. 3).

Estas nuevas generaciones han nacido inmersas en la Sociedad de la Información, cuentan con el acceso a diversas tecnologías (Internet, teléfonos móviles), las cuales emplean de forma natural y activa, aprovechando todas sus posibilidades de comunicación y socialización (Feijoo, 2015).

“Las redes sociales se han convertido en ámbitos de interacción social necesarias e imprescindibles entre los jóvenes, quienes a través de la creación de un perfil se relacionan con los demás” (Almansa, Fonseca, y Castillo, 2013, p. 128). Para muchos jóvenes hoy su vida ya es prácticamente inimaginable sin las potencialidades de Internet y, más concretamente, de las redes sociales, las cuales facilitan las comunicaciones entre sus iguales, la pertenencia y la identidad grupal, la creación de espacios personales y privados, la libertad de actuación y de expresión.

Los estudios sobre la utilización de las redes sociales por las universidades se han multiplicado en la última década Valerio y Valenzuela, 2011; Brito, Khan, 2011; Laaser y Toloza, 2012; Gómez y Farias, 2012; Salas, 2014; Linhares y Chagas, 2015; Díaz, 2015, Serrano y Ferraz, 2016. Se han hallado investigaciones que abordan tanto el proceso de comunicación institucional, como el uso académico de estos espacios.

En el último lustro, desde la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana proliferan estudios, fundamentalmente de pregrado, sobre

los usos institucionales de las redes sociales, así como estrategias de comunicación online para la inserción o perfeccionamiento del proceso comunicativo de empresas y medios de comunicación.

La Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez” (UNISS) como centro de Educación Superior en el territorio, tiene la misión social de preservar, desarrollar y promover toda la cultura de la humanidad en estrecho vínculo con la sociedad.

Entre las principales prioridades de la planeación estratégica de la comunicación está el fortalecimiento de la labor político-ideológica, el enfrentamiento a la subversión, la difusión de las transformaciones y los logros de la Educación Superior cubana, la defensa de las conquistas de la Revolución y la información y el diálogo con las comunidades universitarias sobre las políticas que se han aprobado por la dirección del país, como parte de la implementación de los lineamientos aprobados en el VI Congreso del PCC.

La Estrategia de Comunicación 2019-2021 de la UNISS “José Martí” plantea que:

El perfil de la UNISS en Facebook gana en adeptos y en seguidores, aunque pudiera mejorar su resultado si todos los usuarios de esta red en la universidad, desde sus cuentas personales, lo visitaran e interactuaran con las publicaciones que sobre la institución se difunden en él. Se mantiene la visita permanente desde otras naciones, aspecto que ha permitido brindar respuesta a solicitudes de matrícula en doctorado o maestrías que brinda nuestra universidad, o para contactar con nuestros especialistas y docentes (Universidad de Sancti Spíritus, 2019, p.11).

Con respecto a Twitter, se refiere también que el perfil institucional se mantiene actualizado con las informaciones más notables del quehacer de estudiantes y trabajadores de la universidad. Sin embargo, en este espacio de difusión y de reafirmación del quehacer institucional en correspondencia con los principios de la Revolución y con los intereses de la Educación

Superior, se evidencia la limitada presencia de los miembros de la comunidad universitaria por la escasez de usuarios en Twitter y por el poco uso que hacen como seguidores de la cuenta institucional (Universidad de Sancti Spíritus, 2019).

Después de aplicados varios instrumentos por parte del Observatorio Social en este centro, se evidencian limitaciones en los criterios de búsqueda de información ideológica en internet y las redes sociales. A pesar de que todos los estudiantes poseen cuentas en redes sociales y la universidad les proporciona cuota de internet semanal, las condiciones creadas se usan más para la comunicación y el ocio; y los jóvenes publican poco contenido relacionado con su quehacer diario, su vinculación a la sociedad, su identidad.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, el Vicedecanato de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Técnicas y Empresariales, considera pertinente desarrollar acciones que permitan gestionar la comunicación digital universitaria en las redes sociales generalistas con mayor número de

usuarios por lo que plantea como objetivo específico:

Diseñar acciones que permitan introducir a los estudiantes en el conocimiento de las redes sociales aumentando sus potencialidades de uso en la gestión de la comunicación universitaria para contribuir al proceso de formación de valores de la sociedad cubana actual.

Es pertinente en los momentos actuales y con el avance de la tecnología, ya al alcance de todos, poner en manos de los jóvenes todas las herramientas que les permitan expresarse en las redes sociales acorde a como la sociedad espera de ellos. Aprovechar las potencialidades que estos medios brindan, conduce a un acercamiento de la universidad a la sociedad, para brindarle su cultura, sus vivencias, su identidad y todo el acervo acumulado. Todo ello propicia la formación integral de los estudiantes, y la reafirmación de valores acorde con el momento histórico actual.

MARCO TEÓRICO O REFERENTES CONCEPTUALES

La universidad, como institución social ha de contribuir a la formación socio-humanista, a la reafirmación de la identidad cultural y nacional, a demostrar la superioridad humanista del socialismo y a la formación de valores que implican mejorar la calidad de vida espiritual; tanto en la comunidad intrauniversitaria como en la de su entorno, con énfasis en la preparación de los futuros profesionales, cada vez con una cultura general más amplia, sinónimo de formación integral, de desarrollo político-ideológico, de competencia profesional, de incondicionalidad y de defensa de la Revolución en el campo de las ideas. En resumen, formar personas más plenas e integradas.

Las funciones y actividades de la universidad se cumplen a través de tres procesos fundamentales: el proceso docente educativo que forma los profesionales y garantiza la conservación de la cultura; el proceso de investigación científica que genera nuevos conocimientos y posibilita el desarrollo de la cultura y el proceso de extensión cuyo objetivo es la promoción a la sociedad de los conocimientos y habilidades profesionales e investigativas.

En el sistema de Educación Superior cubano se concibe y potencia la función de Extensión Universitaria como uno de los procesos sustantivos del trabajo de la universidad, apreciándosele como el elemento más dinámico e integrador del vínculo universidad-sociedad; de ahí que la Educación Superior Cubana asume como concepción de la extensión universitaria, la proyección hacia la preparación y consolidación de las universidades como instituciones de cultura y la ampliación de la influencia recíproca y la interacción con la sociedad, utilizando como instrumento esencial la promoción de la cultura en el sentido más amplio.

En el Programa Nacional de Extensión Universitaria del Ministerio de Educación Superior (Ministerio de Educación Superior, 2002) se destaca la comunicación social, difusión y divulgación para dar a conocer los resultados más relevantes de la educación superior, el quehacer de la vida universitaria y social, y las actividades extensionistas en la universidad y en la comunidad. Así contribuye a la información de la población universitaria y la de su entorno. Es esta una de las funciones

principales de la extensión universitaria. Para esto, entre otras acciones, se deberá potenciar el uso de las TICs como vías más amplia y racional para procesar y difundir la información, tanto hacia el medio interno de la universidad como hacia su entorno como una forma de enriquecer los soportes tradicionales de comunicación.

Las redes sociales constituyen un fenómeno social que no solo ha cambiado los modelos de relación interpersonal sino el modo de acceder a la información. A diferencia de las webs estáticas donde solo se pueden leer las informaciones, en la web 2.0 el usuario participa, modifica y decide, se expresa y pasa de ser un receptor pasivo a un ente activo y protagónico.

“Constituyen una herramienta de comunicación sin fronteras que nos permite mantener la proximidad poniendo en contacto a amigos y a personas que se identifican con las mismas necesidades, aficiones o inquietudes” (Hernández y Castro, 2014, p. 132).

“El éxito de las redes sociales, radica principalmente en que han venido a concentrar las herramientas que antes

se encontraban dispersas” (Mejía, 2015, p. 3).

El enorme crecimiento de la comunicación al pasar de tradicional a digital ha llevado a las organizaciones a reestructurar sus procesos comunicativos. Así, de generadoras de productos han pasado a ser creadoras de valor para los públicos. Las universidades no han sido la excepción, una simple observación a nuestro alrededor permite comprobar que las redes sociales se han expandido en muchos entornos: el familiar, el social y el laboral, entre otros; pero de igual forma en el contexto educativo universitario (González y Ruiz, 2013).

“La Universidad no sólo se comunica entre los agentes que la forman, sino que también interactúa con la sociedad que la alberga” (Franch y Camacho, 2005, p. 224). Los procesos de comunicación digital se ven reflejados principalmente en la presencia en redes sociales, espacios donde se encuentra la mayor cantidad de cibernautas. Es una razón por la que la institución educativa puede utilizarlas para abrirse a la sociedad mostrando sus procesos.

Desde la aparición de Internet, la comunicación ha traspasado fronteras y ha dejado de ser unipersonal para convertirse en colectiva. La evolución de la web ha dado lugar al apareamiento de herramientas tecnológicas que acercan los públicos con las organizaciones y permiten diálogo e interactividad. Las redes sociales son un claro ejemplo de ello, vistas desde un punto de vista profesional y estratégico, son los actuales canales de comunicación que permiten mayor difusión, obtención de información y cercanía a la sociedad.

En las universidades se hace necesario buscar herramientas alternativas a las tradicionales para acercarse a los públicos y generar diálogos cercanos y continuos, considerando el constante y valioso contenido que se genera en la vida universitaria.

Las redes sociales, vistas desde un punto de vista profesional y estratégico, son los actuales canales de comunicación que permiten mayor difusión, obtención de información y cercanía a la sociedad. Usarlas adecuadamente permite integrar y hacer partícipe a los estudiantes en la

comunidad universitaria, usando los canales en los que ellos se mueven, buscan, generan y comparten información y además capta la atención de estudiantes potenciales, ya sean nuevos alumnos o estudiantes de intercambio. Las redes sociales son eficaces motores de búsqueda de información y referencias.

Las universidades sienten la responsabilidad social por comunicar toda su actividad: docencia, investigaciones científicas, proyectos socio comunitarios, tareas de impacto, alianzas estratégicas y otro tipo de iniciativas que signifiquen una forma de transferir el conocimiento a la sociedad. Comunicar implica interactuar con los públicos y generar confianza entre éstos y la organización; para lograrlo, las áreas de comunicación deben articular procesos que generen contenido que incidan en la opinión de los públicos; con lo cual pueden perfeccionarse la imagen y reputación institucional.

METODOLOGÍA EMPLEADA

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos del nivel teórico como Análisis-síntesis e Inducción-

Deducción, del nivel empírico como la Observación, Experimento pedagógico, Técnicas de interrogación y del nivel estadístico.

Se aplica el experimento a 50 estudiantes seleccionados aleatoriamente de entre primer y tercer año de las carreras Licenciatura e Ingeniería Informática lo que representa el 31 % de la matrícula.

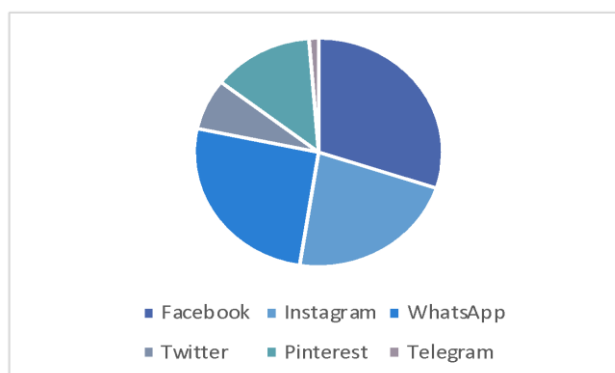
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la Universidad José Martí de Sancti Spíritus, constituye un imperativo que los estudiantes de cualquier carrera, aprendan a interactuar adecuadamente en las redes sociales, no solo por moda, sino que sean capaces de generar contenido relacionado con su quehacer diario, opinar, compartir noticias, comunicar lo que desean de una manera adecuada.

La Facultad de Ciencias Técnicas y Empresariales tiene como misión la formación y superación de profesionales de perfil técnico y pedagógico. (Ingeniería, economía y educación). Se hace énfasis en la capacitación de los dirigentes y sus reservas, así como en el trabajo científico-técnico y de innovación encaminado a la solución de los problemas del desarrollo económico y social, acorde con las prioridades definidas por la dirección del país, potenciando las acciones académicas, científicas y políticas con un alto compromiso con la Revolución y el Socialismo”.

Después de aplicadas encuestas y guía de observación a sus perfiles de redes sociales, se obtiene lo que se muestra en el gráfico 1.

Gráfico 1: Redes sociales más usadas

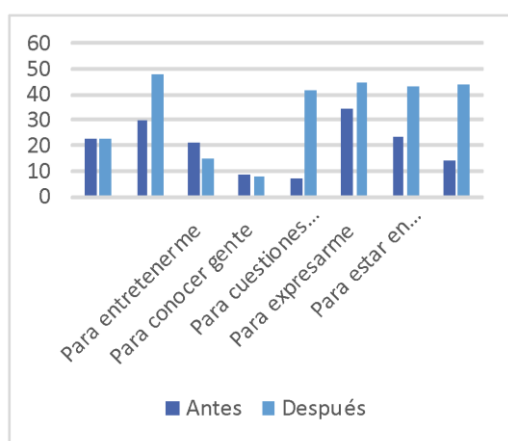


Fuente: Elaboración propia (2019)

El 98 % de los encuestados comenta que dedican más de 2 horas al día a navegar en las redes sociales.

A la interrogante de para qué utilizan las redes sociales, los criterios más generalizados se muestran a continuación en el gráfico 2.

Gráfico 2: Usos de las redes sociales



Fuente: Elaboración propia (2019)

Un vistazo a los perfiles de los encuestados, en las principales redes sociales permite darse cuenta de esta realidad. Son del sexo femenino 30 perfiles de Instagram de los integrantes de la muestra, y las publicaciones están relacionadas en su gran mayoría con mostrar a los demás sus atributos físicos o algún evento social o familiar. En revisión detallada a los perfiles de Facebook se observa que de un promedio de 10 publicaciones, una está relacionada

con el quehacer universitario y solo los integrantes del grupo de trabajo en las redes sociales generan (10%) o comparten (24%) publicaciones en defensa de la Revolución.

A partir de todo esto, se diseñan diferentes acciones desde la Estrategia de Extensión Universitaria de la facultad, a las que posteriormente se les da salida desde los Proyectos Educativos de carrera y año en coordinación con el Secretariado de la FEU quien juega un rol fundamental en este sentido.

Acciones curriculares:

- Fomentar desde las diferentes asignaturas del currículo la ética y responsabilidad en el uso de las redes sociales.
- Incorporar asignaturas optativas donde se incluyan temáticas asociadas al uso de las tecnologías de la informática y las comunicaciones y el papel de los universitarios en mantener el prestigio alcanzado por la educación cubana.
- Potenciar el aprovechamiento por parte de los docentes de

las redes sociales como recurso educativo.

Acciones Extracurriculares:

- Extender los proyectos y grupos de trabajo donde estudiantes y profesores potencien el quehacer de las universidades cubanas en las redes sociales promoviendo su cultura en el sentido más amplio.
- Incrementar al grupo de activistas de las redes sociales un número mayor de estudiantes de todas las carreras para la lucha a favor del proyecto revolucionario cubano.
- Proponer en los espacios de debate temas relacionados con el uso responsable de las redes sociales y la necesidad de preservar la identidad nacional.
- Diseñar un curso extensionista que introduzca a los estudiantes en el conocimiento

de las redes sociales a partir de un sistema de conocimientos y habilidades, para aumentar sus potencialidades de uso en la gestión de la comunicación universitaria.

Después de conformado el grupo de trabajo en las redes sociales, también grupo de trabajo científico estudiantil que integra 14 estudiantes de las carreras Licenciatura e Ingeniería Informática, y que más tarde deviene en Proyecto Extensionista dirigido desde el Vicedecanato de Extensión Universitaria, se propone entonces, en estrecho vínculo con los Vicedecanatos de Formación e Investigación, la impartición del curso extensionista “Las redes sociales en la gestión de la comunicación universitaria” al total de estudiantes seleccionados para la muestra.

Se propone el plan temático que se muestra a continuación, desarrollado en un semestre con una frecuencia semanal, totalmente práctica, para un total de 24 h/c.

Udad	Contenido	NC	CP	Total
1	Introducción al estudio de las Redes Sociales. Conceptos fundamentales.	2		2
	Directorio de redes sociales. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Pinterest. Funciones y características.	2	2	4
2	Administración del perfil y contenidos desde Facebook	2	2	4
	Creación, administración y edición de páginas en Facebook. Estadísticas de visitas a la página	2	2	4
	Administración del perfil y contenidos desde Twitter. Herramientas y enlaces a sitios web para estadísticas	2	2	4
3	Redes sociales en la gestión de la comunicación universitaria.	2	2	4
	Evaluación		2	2
Total				24

Sistema de contenidos:

Unidad # 1 Introducción al estudio de las Redes Sociales

Objetivos:

- Reconocer las potencialidades de las principales redes sociales para la comunicación.

- Identificar las características de las redes sociales más utilizadas.

Contenidos:

- Redes sociales como medio para la interacción entre personas

- Evolución de las redes sociales
- Las redes sociales y el público objetivo.
- Conceptos básicos sobre redes sociales.
- Oportunidades que brindan las redes sociales.
- Directorio de redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Pinterest
- Tipos de redes sociales. Características y especificidades. Ejemplos.
- Configuración de cuentas y privacidad
- Amigos, biografía, compartir contenidos (textos y multimedia)
- Grupos y eventos
- Creación y administración de páginas en Facebook
- Tipos de páginas
- Configuración de páginas y privacidad
- Estadísticas de visita a la página
- Qué es Twitter. ¿Cómo registrarse?
- Descripción
- Factores que lo diferencian de otros servicios de su misma familia
- Como acceder al microblog Twitter
- Cómo registrarse
- Configurar mi Twitter
- Personalizar la cuenta. Imagen de Fondo, foto, campo del perfil, etc.
- Importancia de personalizar la cuenta de Twitter

Unidad # 2 Uso de las Redes Sociales Facebook y Twitter

Objetivos:

- Utilizar los complementos de Facebook y Twitter para su configuración y manejo aumentando sus potencialidades en las redes.
- Generar contenidos propios en sus redes sociales.

Contenidos:

- Administración del perfil y contenidos desde Facebook
- Creación y gestión de perfiles

- Comenzar a Twitrear y conseguir que te sigan
- Redacción de mensajes en 140 caracteres
- Encontrar a personas interesantes a quienes seguir. Organizar tus contactos en listas
- Trabajo con las Herramientas y sus funciones.- buscador por criterio,- contactos en lista
- Comunicarse de forma privada.
- Descripción para la comunicación en Twitter de forma privada. Fotos y enlaces acortadas
- Herramientas y enlaces a sitios web para compartir y/o agregar fotos a través de tus Twitter.
- Herramientas y enlaces a sitios web para acortar URL que compartes y/o agregas en tus Twitter.
- Poner ejemplos y explicar su funcionamiento.
- Estadísticas sobre nuestros Twitter
- Herramientas y enlaces a sitios web para estadísticas de tus Twitter

- Poner ejemplos y explicar su funcionamiento.

Unidad # 3 Redes sociales en la gestión de la comunicación universitaria.

Objetivos:

- Reconocer las potencialidades de las principales redes sociales en la gestión de la comunicación universitaria.
- Utilizar adecuadamente las principales redes para la defensa de nuestra identidad.
- Generar contenidos en sus perfiles donde se evidencie el quehacer universitario.

Contenidos:

- Redes Sociales en la gestión de la comunicación universitaria.
- Uso de las Redes Sociales Facebook y Twitter en defensa de la identidad nacional.
- Uso adecuado de etiquetas.
- Generación de contenidos acorde a efemérides, hechos nacionales o al quehacer universitario.
- Evaluación Final

Orientaciones Metodológicas:

- La asignatura debe tener un marcado carácter práctico, que permita al alumno el desarrollo de habilidades de trabajo con las redes sociales.
- En la presentación de los contenidos se utilizará conferencias, videos, ejercicios de ejemplo, etc.
- La evaluación del aprendizaje será sistemática y consistirán en la publicación de mensajes relacionados con la labor que realizan, en sus perfiles de Facebook y Twitter y el envío de mensajes en solución de la actividad orientada en clase al perfil del profesor.
- Se realizarán consultas e intercambio en el chat con los estudiantes.

Sistema de evaluación:

- I. Actividad de Control Sistemático: incluye preguntas orales. En cada clase podrá emplearse una de estas modalidades con el objetivo de motivar, reafirmar y comprobar los conocimientos.
- II. Al finalizar el curso se hará una clase práctica general donde se

evaluarán los conocimientos adquiridos.

Para la nota final, se otorgará la calificación de **(2)**, **(3)**, **(4)** y **(5)** teniendo en cuenta las evaluaciones correspondientes a cada unidad, así como los resultados alcanzados en el proyecto final.

Después de la puesta en marcha de las acciones, se evidencia en la facultad, promovido por los mismos estudiantes, el empleo de las redes sociales como recurso educativo por algunos docentes. Se debate en algunos espacios la necesidad de dignificar los logros de la educación y la revolución cubana y el rol de los universitarios en este sentido.

El Grupo de Trabajo científico estudiantil se integró a un proyecto de investigación, y los estudiantes ya trabajan en diferentes tareas del mismo.

Los miembros del proyecto extensionista atraen nuevos estudiantes de otras carreras con habilidades y potencialidades para unirse al grupo de activistas de las redes sociales que serán matrícula de la segunda edición del curso.

Se planifican temas relacionados con el uso responsable de las redes sociales y la necesidad de preservar la identidad nacional en el espacio de debate Aula 14 y en los Consejos de la FEU a nivel de Facultad. Igualmente se retoma el tema en el Curso de Dirección para líderes estudiantiles organizado desde el CETAD.

Después de haber participado en el curso en el curso, se evidenciaron cambios importantes en su manera de gestionar sus perfiles, un considerable aumento en la actividad de sus redes sociales. Teniendo en cuenta

elementos propios de la comunicación, algunos estudiantes comenzaron no solo a compartir o retuitear, sino también a generar contenido valioso en sus perfiles, en la página de la Facultad “Ciencias Técnicas y Empresariales Uniss” y en la propia de su organización FEUniss. Algunos de los principales dirigentes de la FEU, alumnos de la Facultad, formaron parte de esta investigación y sus redes sociales lo dicen todo. Los resultados cuantitativos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1: Etapa posterior al curso

Frec.	Aumentan su actividad en las redes	Utilizan facebook y twitter en la función quehacer universitario	Son generadores de contenido	Generalizaron sus experiencias
--------------	---	---	-------------------------------------	---------------------------------------

Frecuentemente	50	42	39	25
A veces		4	6	12
Nunca		4	4	13

Fuente: Elaboración propia (2019)

Es importante señalar que cinco estudiantes llevaron las experiencias adquiridas a la Secundaria Básica donde realizan la práctica laboral. En

este sentido hay que tener en cuenta que los adolescentes son los más vulnerables al gran cambio en la vida de los seres humanos que la introducción masiva de dispositivos tecnológicos ha causado. Ellos han nacido en una sociedad tecnológica y por lo tanto son los que han acogido de manera más personal dichos dispositivos. El uso de estos para acceder a las redes sociales, aporta beneficios y ventajas, pero también pueden generar efectos secundarios poco saludables. Esto puede derivar en problemas y cambios emocionales por lo que su docente de la asignatura informática, independientemente del contenido de la misma, puede abordar temas relacionados al uso de las redes sociales por los adolescentes y sus influencias y alertarlos sobre la seguridad que requiere su utilización estimulando hacia un uso más responsable.

De la generalización de esta experiencia, se tuvo como resultado como resultado la participación de dos de sus estudiantes en el Evento Provincial InfoClub, del Joven Club de Computación, en el Foro provincial de Gobernanza en Internet donde fue seleccionada una de las adolescentes

para el evento nacional. Fue la única pionera del país en participar. Igualmente la experiencia fue una manera de vincular los estudiantes de esta enseñanza con la Universidad, al lograrse presencia en el Festival del software con magníficos resultados.

CONCLUSIONES

Las redes sociales son importantes herramientas en la comunicación donde el usuario participa, modifica y decide, se expresa y pasa de ser un receptor pasivo a un ente activo y protagónico, de esta manera se acercan los públicos con las organizaciones y permiten diálogo e interactividad.

La introducción de los estudiantes en el conocimiento de las redes sociales aumenta las potencialidades en la gestión de la comunicación universitaria; y facilita el uso de un espacio web para publicar contenidos cortos e intercambiar experiencias con otros usuarios. Da a conocer la realidad de la educación superior cubana lo que contribuye al proceso de formación de valores y la promoción de la identidad nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). *Social networks and young people. Comparative study of facebook between.* doi: <http://10.3916/C40-2013-03-03> .
- Belmonte, A. M. y Tusa, F. (2010). Alfabetización digital en la docencia universitaria: el uso de los blogs y redes sociales en el entorno universitario: Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, España.
- Feijoo, B. (2015). *La prensa digital y las redes sociales en la actividad 2.0 de los menores gallegos.* doi: <http://10.7195/ri14.v13i1.739> .
- Flores, G., Chancusig, J., Cadena, J., Guaypatín, O. y Montaluisa R., (2016). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Boletín Virtual*, 6 (4), 56-65.
- Franch, B. y Camacho, M. (2005). Nuevos Soportes de Comunicación. Estudio de un caso: La universidad Jaume I de Castellón. En AA.VV. *La comunicación en la Universidad.* (pp. 223-228). Madrid, España: Editorial Edipo.
- González Martínez, J., y Ruiz Nova, A. (2013). #ActitudesMaestros: Las actitudes de los futuros maestros hacia el uso educativo de las redes sociales. *Educatio Siglo XXI*, 31(1), 287-312.
- Hernández, M. y Castro A. (2014). *Influencia de las redes sociales de internet en el rendimiento académico del área de informática en los estudiantes de los grados 8° y 9° del instituto promoción social del norte de Bucaramanga* (tesis de maestría), Universidad de Tolima, Ibagué, Colombia.
- Mejía, V. (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi* (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Ministerio de Educación Superior. (2002). *Programa Nacional de*

Extensión Universitaria. La Habana, Cuba: Autor.

<https://comunicandoahora.wordpress.com/>

Quesada, B. (2013). Redes sociales y su impacto en jóvenes universitarios. *El Informante*. Recuperado de Universidad de Sancti Spíritus “José Martí”. (2019). Estrategia de comunicación institucional. Sancti Spíritus, Cuba: Autor.

Pedagogía y Sociedad publica sus artículos bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

