



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

TÍTULO

Análisis del impacto de la red social Facebook en la socialización a los estudiantes de la Facultad de Artes y Humanidades de la gestión académica y administrativa en el período comprendido entre los años 2010 y 2014.

AUTOR (A):

Paredes Estrella Guillermo Xavier

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA**

TUTOR:

Chalén Ortega Jessenia Msc.

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Guillermo Xavier Paredes Estrella**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia

TUTOR (A)

Jessenia Chalén Ortega Msc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Victor Hugo Moreno Mgs.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Agosto del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Guillermo Xavier Paredes Estrella**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: Análisis del impacto de la red social Facebook en la socialización a los estudiantes de la Facultad de Artes y Humanidades de la gestión académica y administrativa en el período comprendido entre los años 2010 y 2014, previo a la obtención del Título **de Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR (A)

Guillermo Xavier Paredes Estrella



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, Guillermo Xavier Paredes Estrella

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Análisis del impacto de la red social Facebook en la socialización a los estudiantes de la Facultad de Artes y Humanidades de la gestión académica y administrativa en el período comprendido entre los años 2010 y 2014, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Agosto del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Guillermo Xavier Paredes Estrella

AGRADECIMIENTOS

Hay muchas personas a quienes quiero agradecer por su ayuda a lo largo de mi carrera universitaria y en la realización de este proyecto de investigación.

Agradezco a mi tutora, Msc. Jessenia Chalén Ortega por su guía, apoyo y paciencia en el desarrollo de este proyecto. Gracias a sus consejos y orientación esta investigación ha llegado a su fin.

A mi familia por su apoyo durante todos los años de mi carrera universitaria, a mis tíos Gerardo y Xavier Estrella, mi abuelita Eufemia Muñoz, mi hermano Ronny Paredes y madre Susana Estrella, quienes han sido parte fundamental en el transcurso de mi carrera y sin ellos esto no hubiera sido posible.

Gracias!

Guillermo Xavier Paredes Estrella



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

CALIFICACIÓN

**Msc. Jessenia Chalén Ortega
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

OPONENTE

DOCENTE DELEGADO

MSC. VÍCTOR HUGO MORENO DÍAZ
DIRECTOR DE CARRERA

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xiv
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación.....	3
2. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	5
2.1 Determinación del problema.....	5
2.2 Pregunta/Problema de investigación.....	6
2.3 Objetivo General y Específico.....	6
2.4 Referencias Conceptuales.....	7
3. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	30
3.1 Tipo de Investigación.....	30
3.2 Diseño de Investigación.....	31
3.3 Técnica de Recogida de Datos.....	34
3.4 Resultados.....	37
3.4.1 Resultados de técnicas cuantitativas.....	37
3.4.1.1 Carrera a la que pertenece el alumno.....	37
3.4.1.2 Ciclo en que se encuentran los alumnos.....	38
3.4.1.3 ¿Está enterado de que la Facultad de Artes y Humanidades tiene un perfil de Facebook para comunicar e informar sobre su gestión académica y administrativa?.....	39
3.4.1.4 ¿Sigue el Facebook de la Facultad para mantenerse informado de las actividades académicas y administrativas o para hacer consultas respecto a estos temas?.....	40
3.4.1.5 ¿Cree que Facebook puede ser un medio de comunicación efectivo?.....	41

3.4.1.6	¿Qué otros medios utiliza para estar informado sobre actividades de la Facultad?.....	42
3.4.1.7	¿Sugeriría otros medios de comunicación para que la Facultad se comunique e informe a sus alumnos?.....	43
3.4.1.8	¿Considera importante la interacción de maestros y Directores de Carrera con los estudiantes de la Facultad por medio de Facebook o alguna otra red social?.....	44
3.4.1.9	¿Le interesa conocer noticias y participar en actividades y eventos de su Facultad o Universidad?..	45
3.4.2	Resultados de técnicas cualitativas.....	46
3.4.2.1	Entrevista a Ing. Shirley Reyes.....	46
3.4.2.2	Entrevista a Ing. David Hoyos.....	47
3.4.2.3	Entrevista a Msc. Yamil Lambert.....	48
3.4.3	Resultados de observaciones al Facebook de la Facultad.....	49
3.4.3.1	Estadísticas desde Febrero de 2010 hasta Junio de 2011.....	54
3.4.3.2	Estadísticas desde el 19 de Julio de 2011 hasta 31 de Diciembre de 2011.....	55
3.4.3.3	Estadísticas desde Enero de 2012 hasta Diciembre de 2012.....	57
3.4.3.4	Estadísticas desde Enero de 2013 hasta Diciembre de 2013.....	59
3.4.3.5	Estadísticas desde Enero de 2014 hasta Diciembre de 2014.....	61
3.4.3.6	Comparación del Facebook de la Facultad.....	62
4.	Conclusiones.....	64
4.1	Alumnos desconocen la existencia del Facebook de la Facultad.....	64
4.2	Alumnos que siguen el Facebook de la Facultad.....	66
4.3	Alumnos que piensan que Facebook es un medio de comunicación efectivo.....	66
4.4	Alumnos que sugerirían otros medios de comunicación para la Facultad.....	66
4.5	Interacción de maestros y Directores de Carrera con los estudiantes por medio de redes sociales.....	67
4.6	Interés por conocer noticias sobre actividades y eventos de la Facultad o Universidad.....	67

5. Recomendaciones	68
5.1 Falta de interés de los estudiantes.....	68
5.2 Difusión del perfil de Facebook de la Facultad.....	69
5.3 Poca actividad del Facebook de la Facultad.....	71
5.4 Uso de otras redes sociales.....	71
5.5 Comparación con las redes sociales utilizadas por la Escuela Superior Politécnica del Litoral.....	74
BIBLIOGRAFÍA	76
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventajas de la web 2.0.....	11
Tabla 2: Ventajas de las redes sociales.....	13
Tabla 3: Estudiantes no usuarios de redes sociales.....	29
Tabla 4: Técnicas y objetivos de investigación.....	36
Tabla 5: Actividad de la página durante el año 2010.....	49
Tabla 6: Actividad de la página durante el año 2011.....	50
Tabla 7: Actividad de la página durante el año 2012.....	51
Tabla 8: Actividad de la página durante el año 2013.....	52
Tabla 9: Actividad de la página durante el año 2014.....	53
Tabla 10: Comparación de perfiles de Facebook.....	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Equipamiento tecnológico en el hogar.....	20
Gráfico 2: Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente.....	20
Gráfico 3: Hogares con acceso a internet.....	21
Gráfico 4: Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado computadoras.....	21
Gráfico 5: Fases de la investigación cualitativa.....	33
Gráfico 6: Total de alumnos encuestados.....	37
Gráfico 7: Alumnos por ciclo.....	38
Gráfico 8: Alumnos que conocen el Facebook de la Facultad.....	39
Gráfico 9: Alumnos que siguen el Facebook de la Facultad.....	40
Gráfico 10: Alumnos que creen que Facebook es un medio de comunicación efectivo.....	41
Gráfico 11: Uso de otros medios de información.....	42
Gráfico 12: Alumnos que sugerirían otros medios de comunicación.....	43
Gráfico 13: Alumnos que creen importante la interacción de maestros y Directores de Carrera en redes sociales.....	44
Gráfico 14: Alumnos interesados en conocer noticias sobre eventos de la Facultad o Universidad.....	45
Gráfico 15: Me gusta netos en 2011.....	55
Gráfico 16: Alcance de publicidad en 2011.....	56
Gráfico 17: Me gusta netos en 2012.....	57
Gráfico 18: Alcance de publicidad en 2012.....	58
Gráfico 19: Me gusta netos en 2013.....	59

Gráfico 20: Alcance de publicidad en 2013.....	60
Gráfico 21: Me gusta netos en 2014.....	61
Gráfico 22: Alcance de publicidad en 2014.....	62
Gráfico 23: Alumnos de los 3 primeros ciclos que conocen Facebook de la Facultad.....	65

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Captura de pantalla del Facebook de la Facultad.....	4
Imagen 2: Captura de pantalla de sitio de web de la ESPOL.....	74

RESUMEN

La presente investigación abarca el caso de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil analizando el impacto que causa en los estudiantes el uso de la red social Facebook para socializar su gestión académica y administrativa ya que es importante conocer la actitud de los jóvenes hacia las redes sociales utilizadas en el ámbito educativo.

Por medio de este trabajo se espera aportar a la Facultad de Artes y Humanidades con información útil sobre los beneficios de las nuevas tecnologías y herramientas que posee la red social Facebook para lograr una mejor comunicación con sus estudiantes.

ABSTRACT

This research includes the case of the Faculty of Arts and Humanities of the Universidad Católica de Santiago de Guayaquil analyzing the impact caused in the students by using the social network Facebook to socialize its academic and administrative management because it is important to know the young's people attitude towards the social networks used in the academic field.

Through this work we expect to contribute to the Faculty of Arts and Humanities with useful information about the benefits of new technologies and tools provided by the social network Facebook to achieve a better communication with the students.

Palabras Claves: Tecnologías, redes sociales, web 2.0, universidad, internet, Facebook.

1. Introducción

Facebook es la red social más utilizada en internet con más de 1000 millones de usuarios en todo el mundo que permite a las personas participar en la creación de contenidos y sobre todo comunicar o informar.

Las diferentes opciones que ofrece Facebook, como publicar comentarios, fotos, videos entre otras cosas, la convierten en un medio poderoso para que las empresas e instituciones lleguen a una gran cantidad de usuarios para así promocionar servicios o productos e informar sobre una gran variedad de temas, como educación, política, entretenimiento y muchos más.

Las instituciones educativas tienen en la red social Facebook una oportunidad de comunicarse de forma innovadora y eficaz con sus alumnos, maestros y demás miembros del mundo universitario ya que permite reunir a muchas personas y les da la posibilidad de interactuar entre ellas además de compartir y comentar sobre temas importantes para ellos.

Uno de los objetivos de las Universidades que utilizan las redes sociales debe ser que sus alumnos se interesen en ser parte de su comunidad, que interactúen con sus compañeros, maestros e incluso con directivos o autoridades de su institución y sobre todo que aprovechen la posibilidad de comunicación e información ágil que ofrece Facebook.

Las Universidades cuentan con un fuerte aliado para mantener y mejorar la imagen de su institución, así como la innovación en la comunicación, información y atención a sus estudiantes, aumentando también la posibilidad de atraer nuevos alumnos.

Este es el caso de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que utiliza los correos electrónicos como medio de comunicación con sus estudiantes y demás personas que forman parte del ámbito universitario. El departamento de marketing de la Universidad es el encargado de difundir esta información por medio de los correos electrónicos @ucsg.edu.ec otorgados a todos los alumnos, maestros y autoridades para uso académico a nivel general, lo cual aparece como una buena iniciativa para mantener comunicación constante con los alumnos.

Para intentar mejorar la comunicación con sus alumnos la Universidad decidió utilizar Facebook como alternativa a los correos electrónicos, ya que resulta un medio más amigable y novedoso. De esta forma implementa las redes sociales para informar sobre temas concernientes a las actividades organizadas por la institución o eventos externos, ya que al ser un medio tan conocido y familiar para los jóvenes resulta muy atractivo.

Por medio de entrevistas a personas vinculadas al campo administrativo e informativo de la Facultad, se evidenció que los alumnos no utilizan los correos electrónicos antes mencionados, esto causa que la información enviada desde el departamento de marketing de la Universidad quede olvidada y los estudiantes estén desinformados con respecto a los temas académicos y administrativos de la Universidad.

La secretaría de la Facultad de Artes y Humanidades se encarga de reenviar información que fue enviada a los correos con la dirección @ucsg.edu.ec a los correos personales dados a la Facultad por los propios alumnos, así intentan transmitir la información correspondiente tanto a la Universidad como a la Facultad, pero aun así el nivel de información no es satisfactorio.

Este es uno de los motivos por los que la Facultad de Artes y Humanidades decidió crear un perfil en la red social Facebook para de esta manera tener un medio de comunicación que resulte más familiar y atractivo para los jóvenes y sobre todo para poder informar y tener una ventana de constante interacción con sus estudiantes.

El perfil de Facebook ha estado activo desde Febrero de 2010 publicando información sobre la gestión académica y administrativa de la Facultad pero en opinión del Ingeniero David Hoyos, Gestor Cultural y administrador del perfil de Facebook de la Facultad, aún no han conseguido el éxito esperado, el cual es lograr que todos o la mayoría de estudiantes sigan e interactúen con el Facebook de la Facultad.

Esta investigación espera aportar a la Facultad de Artes y Humanidades con información útil correspondiente a las nuevas tecnologías y opciones brindadas por la red social Facebook dentro del ámbito académico y administrativo y sobre todo analizar el impacto que causa en los estudiantes.

1.1 Justificación

Desde el año 2004 Facebook se ha convertido en una de las redes sociales más importantes y populares en el mundo, permitiéndonos comunicarnos con amigos, familiares y demás personas sin importar la ciudad o país donde se encuentren. Aprovechando el poder de Facebook para compartir información de forma masiva y la relación de los jóvenes con este nuevo medio de comunicación, muchas instituciones lo usan por negocios, para fortalecer sus marcas, para tener contacto con las personas y para compartir información de interés al público en general.

De esta forma la red social Facebook se vuelve importante en la comunicación, incluyendo el ámbito educativo, tal como lo dice Alba Guzmán en su investigación. “Las universidades como instituciones que desean llegar a sus grupos de interés encuentran en las redes sociales la facilidad para comunicarse de manera efectiva con la comunidad educativa” (2013, p.9).

La presente investigación abarca el caso de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y el uso de su perfil de Facebook para socializar la gestión académica y administrativa, es conveniente conocer el impacto que causa en los estudiantes el uso de esta tecnología debido a que los jóvenes de hoy en día están acostumbrados a usar las redes sociales todos los días en varios aspectos de sus vidas y la relación con su Universidad y especialmente con su facultad puede verse beneficiada, tal como lo dicen Gómez, Roses y Farías. “Los universitarios han crecido bajo la influencia del audiovisual y de la Red. Las nuevas herramientas tecnológicas les han dado el poder de compartir, crear, informar y comunicarse, convirtiéndose en un elemento esencial en sus vidas” (2012, p.132).



Imagen 1: Captura de pantalla del Facebook de la Facultad.

Nuestra sociedad está basada en la información y el conocimiento, la rapidez con que la institución puede compartir información a la comunidad universitaria es un aspecto positivo en el proceso de comunicación entre la Universidad y sus alumnos. Debido a las ventajas que ofrece Facebook para comunicar, la Facultad de Artes y Humanidades puede innovar el proceso de comunicación de sus actividades hacia sus estudiantes y así compartir información a los alumnos interesados y a su vez estas personas logran que la información fluya y se vuelva masiva, además de otros beneficios como los mencionados por Gómez, Roses y Farías.

Las redes permiten y favorecen publicar y compartir información, el autoaprendizaje; el trabajo en equipo; la comunicación, tanto entre alumnos como entre alumno-profesor; la retroalimentación; el acceso a otras fuentes de información que apoyan e incluso facilitan el aprendizaje constructivista y el aprendizaje colaborativo; y el contacto con expertos (Marisol Gómez, Sergio Roses y Pedro Farías, 2012, p.132).

Se considera un punto importante la integración de los maestros en el proceso de comunicación de la Facultad y aprovechar la preferencia de los estudiantes a utilizar redes sociales ya que es una oportunidad para que se involucren más en las actividades correspondientes a la institución.

Esta investigación puede resultar beneficiosa para la Facultad que pretende mostrarse y crecer como institución y para los estudiantes quienes se favorecerán de poder contar con una herramienta acorde a su perfil, es decir,

informativa y rápida. Agregando la posibilidad de interactuar con los administradores o autoridades permitiendo así crear un vínculo significativo entre ellos.

Esta nueva plataforma facilita la comunicación y el acceso a la información a los alumnos, maestros, administradores y demás personas involucradas en el desarrollo y mejoramiento de la Facultad de Artes y Humanidades.

2. Diagnóstico del problema

2.1 Determinación del problema

La Facultad de Artes y Humanidades socializa su gestión académica y administrativa hacia sus estudiantes por medio de Facebook esperando atraer la atención de los estudiantes, a continuación se mencionan las causas que según esta investigación afectan la iniciativa de la Facultad.

Una de las causas consideradas es la falta de interés de los estudiantes. Según el Ing. David Hoyos, Gestor Cultural de la Facultad de Artes y Humanidades, los estudiantes tienen muy poco interés en las actividades y demás aspectos relacionados a su Facultad o Universidad.

Otra causa que se toma en cuenta es la poca actividad del perfil de Facebook de la Facultad que hace publicaciones dependiendo de las actividades que se organicen en la Universidad o Facultad y cuando hay información que transmitir a los estudiantes, dejando largos períodos de tiempo sin publicaciones. Como ejemplo se tomó en cuenta la última publicación hecha el 26 de Junio de 2014 hasta el momento de la redacción de este documento, constatando que la anterior publicación fue el 24 de Mayo de 2014, relacionadas a temas culturales. Con respecto a la gestión académica y administrativa también hay largos períodos sin actividad, en el mes de Junio de 2014 no se ha hecho ninguna publicación, además los estudiantes tampoco han hecho consultas o comentarios, la última interacción de los alumnos fue el 13 de Mayo de 2014.

Este largo período sin actividad puede incidir en el desinterés de los alumnos.

2.2 Pregunta/Problema de investigación

¿Cuál es el impacto de la socialización de la gestión académica y administrativa a través de la red social Facebook a los estudiantes de la Facultad de Artes y Humanidades entre los años 2010 y 2014?

2.3 Objetivo General y Específico

2.3.1 Objetivo General

Analizar el impacto de la falta interés de los estudiantes en la socialización de la gestión académica y administrativa por medio de la red social Facebook de Facultad de Artes y Humanidades entre los años 2010 y 2014.

2.3.2 Objetivos Específicos

1. Medir la actividad del perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades.
2. Comparar el Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades con otros sitios informativos similares en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil el nivel de actividad e interacción de estos sitios con los alumnos.
3. Determinar el grado de estudiantes interesados y no interesados en integrarse a la comunidad informativa del Facebook de la Facultad.
4. Determinar si los estudiantes están actualizados con las noticias y actividades de la Facultad de Artes y Humanidades y porque medios.
5. Determinar el nivel de aporte del perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades al mejoramiento académico y administrativo.

2.4 Referencias conceptuales

Entre las bases teóricas que se usaron para esta investigación, se abarca temas como Factores críticos de éxito en el uso de las redes sociales en el ámbito universitario: aplicación a Twitter, el uso académico de redes sociales en las universidades y la integración de la web social en la universidad. Partimos de estos temas ya que son considerados importantes para el problema y objetivos planteados para esta investigación.

Hoy en día las Universidades deben adaptarse a las nuevas tecnologías y a los estudiantes acostumbrados a usarlas en sus actividades diarias, así como lo sugieren Gómez, Roses y Farías en su investigación.

El uso académico de las redes sociales en universitarios (Marisol Gómez, Sergio Roses y Pedro Farias, 2012)

“La universidad se enfrenta a aulas de nativos digitales que demandan un nuevo tipo de enseñanza” (Gómez et al, 2012, p.132). Las herramientas y beneficios de las redes sociales actualmente permiten a los jóvenes interactuar y ser parte activa en el proceso de información y comunicación, comentar e intercambiar opiniones y hacerlas parte importante de sus vidas. De la misma forma las redes sociales presentan una buena oportunidad para nuevas y más rápidas formas de comunicación con sus estudiantes ya que “se han convertido en un espacio idóneo para intercambiar información y conocimiento de una forma rápida, sencilla y cómoda. Los docentes pueden aprovechar esta situación y la predisposición de los estudiantes a usar redes sociales para incorporarlas a la enseñanza” (Gómez et al 2012, p.132).

La introducción de estas actividades en las aulas podría suponer un cambio en la cultura educativa; romper con la limitación del espacio y el tiempo; agilizar el trabajo colaborativo; fomentar el aprendizaje continuo; aumentar la motivación del alumnado; fomentar la cooperación, la colaboración y la cohesión del grupo; fomentar el aprendizaje autónomo, la responsabilidad y la independencia; fomentar el diálogo y la comunicación entre alumnos, entre alumnos y profesores y entre alumnos y expertos; fomentar el pensamiento crítico; compartir y mejorar el conocimiento personal colectivo; reducir costes, esfuerzo

y tiempo; optimizar la manera de trabajar; facilitar el intercambio de información (Gómez et al 2012, p.137).

Es conocido que los estudiantes están adaptados al uso de redes sociales y nuevas tecnologías en sus actividades diarias, incluso en el aspecto educativo, aunque no sea muy común. Según Gómez, Roses y Farías “el uso de las redes para actividades académicas casi siempre partía de la iniciativa de los alumnos y casi nunca por iniciativa del profesor” (2012, p.136).

A pesar de que el ámbito académico sea uno de los que menos se toman en cuenta en las redes sociales es importante alentar su uso debido a los beneficios que poseen, como: “resolución de dudas, mantenerse informado sobre las clases, realización de trabajos en grupo y compartir información” (Gómez et al 2012, p.137).

Así las redes sociales pueden convertirse en una herramienta de mucha ayuda en el aspecto educativo y fomentar la participación e interacción de los jóvenes con la institución. Existen investigaciones que hacen referencia a los beneficios de las redes sociales dentro del ámbito educativo y la relación de los jóvenes con estas herramientas como en la investigación que abordamos a continuación.

Factores críticos de éxito en el uso de las redes sociales en el ámbito universitario: Aplicación a Twitter. (Alba Guzmán Duque, 2013)

La utilización de estas nuevas tecnologías en el ámbito universitario se ha convertido en una necesidad, actualmente las herramientas que ofrecen las redes sociales son oportunidades para llegar al público en forma novedosa, adaptadas a los tiempos actuales en donde las personas, sobre todo los más jóvenes, buscan medios para informarse y comunicarse de la forma más rápida y efectiva posible, ya que “estas aplicaciones facilitan a los usuarios navegar en Internet y conversar generando retroalimentación para encontrar información sobre cualquier tema y contactar con expertos” (Guzmán, 2013, p.40).

Los estudiantes se han ido adaptando al uso de redes sociales dentro de su entorno como un medio para acercarse a las demás personas, esto puede ser una oportunidad para que las instituciones educativas aprovechen las nuevas

tecnologías y los intereses de los jóvenes para hacerlos parte activa de la comunidad universitaria dentro de las redes sociales, tomando en cuenta los entornos que menciona Guzmán (2013, p.41) dentro de la comunidad educativa.

Las universidades llegan a la comunidad educativa a través de dos entornos: endógeno, que incluye alumnos, profesores, personal de servicio y administración y exógeno, usuarios de Internet, empresas, otras instituciones de educación superior y en general la sociedad. Precisamente, la optimización de los recursos de la web 2.0 facilita el abordar los siguientes ámbitos de interacción:

- La comunicación con la comunidad educativa.
- La disseminación de la información y compartir datos que faciliten la retroalimentación.
- La promoción de los servicios de la institución.
- La participación de sus miembros

Es evidente la importancia que han cobrado las redes sociales en la sociedad y sobre todo en los jóvenes. El futuro de la comunicación y relación de las instituciones educativas con las personas y especialmente con sus estudiantes está en la correcta aplicación de técnicas para popularizar la o las redes sociales en las que la institución tiene presencia y causar interés en sus estudiantes, además de otras ventajas del internet.

La utilización de las redes sociales en las universidades genera relaciones que facilitan la interrelación con su grupo objetivo. La creación de comunidades se convierte en un mecanismo para la fijación de estrategias en la universidad y construcción del conocimiento (Guzmán, 2013, p.43).

Los jóvenes están perfectamente adaptados a usar las redes sociales y nuevas tecnologías en varios aspectos de sus vidas. La educación podría ser uno de los temas más relevantes para el cual se usan las redes sociales y las universidades deben sacar el máximo provecho a sus ventajas para la interacción e innovación y sobre todo para tener una presencia notable dentro de la comunidad de internet, considerando la opinión de Guzmán “la comprensión del papel que desempeñan las redes sociales en el ámbito educativo facilita la adopción de las tecnologías de la información por las

universidades, que usen estas herramientas para llegar a la comunidad educativa.” (2013, p.44)

Sin duda el internet ha transformado la forma en que nos comunicamos y es un medio importante para el desarrollo en el trabajo de las personas e instituciones. Estas herramientas, de ser correctamente utilizadas por personas capacitadas y decididas a innovar, pueden ser un medio útil para la renovación pedagógica, es decir “un conjunto de ideas, procesos y estrategias, más o menos sistematizados, mediante los cuales se trata de introducir y provocar cambios en las prácticas educativas vigentes.” (Cañal de León et al, 2002, p.11)

La innovación, además, va asociada al cambio y tiene un componente – explícito u oculto– ideológico, cognitivo, ético y efectivo. En tanto que cambio planificado, deliberado e intencionado, las propuestas de innovación pedagógica surgen en contextos temporales y poseen una génesis y evolución propia (Tomás et al, 2010, p.10).

Gracias al internet y sus herramientas hoy en día contamos con servicios muy útiles que la web 2.0 ofrece a las personas y también a las instituciones. En la siguiente tabla observamos las ventajas de la Web 2.0:

Ventajas	Autores
Explicita el conocimiento y ayudan a un colectivo a desarrollar la inteligencia.	Kolbitsch y Maurer (2006)
Facilita la interacción social que hace posible la colaboración entre las partes interesadas.	Bryer y Zavatarro (2011)
Promueve la aplicación del e-learning con mayor personalización y experiencias en la Educación Superior	Dabbagh y Kitsantas (2012)
Está para ofrecer oportunidades de comunicación y grupos de apoyo entre los estudiantes, compañeros y redes formales a través de los medios de comunicación social.	Dabbagh y Kitsantas (2012)
Los usuarios crean contenido.	Guy (2012)
Se mejora el proceso pedagógico para que los alumnos y profesores se vuelvan más activos y socialmente involucrados en la educación.	Hanafizadeh et al (2012)
Permiten la realización de múltiples tareas, aumenta la adquisición de conocimientos individuales durante el curso universitario.	Laru et al (2012)

Tabla 1: Ventajas de la Web 2.0 Fuente: Guzmán 2013, p.94.

“La tarea más importante e inmediata para las universidades que se enfrentan a un futuro incierto es construir una cultura que aprecie y apoye el cambio en todos los niveles organizativos.” (Tomás et al, 2010, p.10) y efectivamente construir una cultura que apoye y sea parte del cambio puede resultar muy complicado y es un proceso que necesita tiempo y colaboración de todos, teniendo como prioridad aprovechar las ventajas de las TIC, tal como opina Jacques Bulchand Gidumal “En efecto, numerosos autores reconocen que las TIC son un medio eficaz para transmitir contenidos (películas, música, imágenes, acontecimientos deportivos, etc.), para gestionar datos, información

y parte del conocimiento organizativo, y para procesar los datos y convertirlos en información.”(2002, p.22).

El crecimiento del internet y de la web 2.0 ha causado gran influencia en las personas y también en las Instituciones de Educación Superior que se encuentran en proceso de adaptación a las TIC, Guzmán analiza las redes sociales en las universidades.

El Social Media en el ámbito universitario

Las redes sociales resultan herramientas muy atractivas para la gente, permitiéndoles compartir contenido, entablar conversaciones y sobre todo ser parte del cambio tecnológico. Citando a Rosen et al (2011) “las redes sociales ofrecen una plataforma de múltiples funciones para la creación de contenido online, incluyendo fotos, compartiendo vídeos, mensajes de texto, etc., donde su funcionalidad principal es la relación con otros” (Citado en Guzmán 2013, p.111).

Guzmán (2013, p.112) presenta más ventajas de las redes sociales:

Ventajas	Autores
Permiten la construcción de un perfil para vincular a los diferentes miembros y grupos de Internet.	Boyd y Ellison (2007), Lin y Lu (2011)
Su fácil adopción se convierte en su principal característica.	Siemens y Tittenberg (2009), Lovari y Gigletto (2012).
Se centran en la construcción de comunidades en línea de personas que comparten intereses o actividades con los demás.	Mahajan (2009)
La inmediatez y facilidad para brindar una pronta respuesta y un ambiente de conversación fácil.	Berlanga y Martínez (2010)
Facilitan la inserción de materiales de otros espacios mejorando la comunicación y su calidad.	Caldevilla (2010)
El principal motivo para el uso de las redes sociales es buscar amigos, entretenimiento, información y conveniencia.	Kim et al (2011)
Facilitan encontrar personas con ideas afines y organizar de forma proactiva el intercambio de conocimientos fuera del aula.	Wodzicki et al (2012)

Tabla 2: Ventajas de las redes sociales Fuente: Guzmán 2013, p.112.

Para Derven (2009) “las redes sociales no son una moda pasajera, sino un cambio fundamental en la forma de interactuar de las personas.” (Citado en Guzmán 2013, p.115). Las redes sociales están dirigidas a personas con diferentes gustos e intereses que buscan grupos o formas de obtener y compartir información.

En opinión de Kaplan y Haenlein (2010):

Hasta hace pocos años no era acertado admitir en el mundo universitario que las herramientas de la web 2.0 aportaban mecanismos de integración con la comunidad educativa. Su concepción de ser elementos para el ocio influía en su dificultad para otorgar un carácter científico a este aspecto. Recientemente las Instituciones de Educación Superior se han agregado a los medios sociales y se han vuelto interactivas (Citado en Guzmán 2013, p.134).

Las nuevas formas de comunicación que brindan las redes sociales permiten a las instituciones educativas entablar un nexo con las personas que forman parte de su comunidad y la oportunidad de cumplir sus objetivos; tal como lo mencionan Slover, Linett y Stoner (2011) “los medios sociales ofrecen a las universidades la posibilidad de conseguir tres objetivos: la participación de los alumnos, el fortalecimiento de la marca institucional y el aumento de la sensibilización, la promoción y la clasificación de la universidad” (Citado en Guzmán 2013, p.135).

Las Instituciones de Educación Superior pueden crecer mucho en el mundo de las redes sociales afianzándose en la sociedad y sobre todo logrando establecer relaciones productivas con sus estudiantes ya que la actitud de los jóvenes hacia las redes sociales es positiva y este es un punto que se debe aprovechar y se analiza a continuación.

Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. (Espuny, Gonzáles, Lleixá, Gisbert, 2011)

Debido al uso masivo de las redes sociales y a su influencia en muchos aspectos de la vida de las personas se considera que la educación es uno de los campos que debe explotar el alcance y beneficios de las mismas, tomando en cuenta la disposición de los jóvenes y de las instituciones para usar estas herramientas como un medio para ayudar o mejorar el área educativa, citando a Espuny et al:

Las redes sociales, que en los últimos años han supuesto una auténtica revolución en la forma de relacionarse, todavía siguen siendo algo poco

presente en el ámbito académico: las ocasiones en que se utilizan son aisladas y pocas gozan de continuidad. (2011, párrafo.1)

La creación de grupos o comunidades es uno de los puntos más importantes para lograr unir personas con mismos gustos o intereses y especialmente poder compartir información que beneficie a todos, tomando en cuenta la opinión de García Sans:

Las redes sociales, por encima de cualquier otra consideración, tienen mucho que ver con las nuevas metodologías activas y participativas que de modo masivo se están adoptando en el espacio europeo de educación superior (EEES) y, en especial, con el denominado trabajo colaborativo, entendido como el intercambio y el desarrollo de conocimiento por parte de grupos reducidos de iguales, orientados a la consecución de idénticos fines académicos (García Sans, 2008, citado en Espuny et al 2011, párrafo.5)

Las tecnologías de la información y específicamente las redes sociales pueden ser muy útiles en forma didáctica y su potencial atrae a los jóvenes ya que permite una interacción y comunicación más informal, rápida y directa entre amigos o demás personas que comparten intereses, de esta forma pueden ser aprovechadas por alumnos y docentes que se propongan usar las redes sociales para integrarse en una comunidad que busque y comparta conocimientos, como argumenta Flores (2009), “el problema de las redes sociales radica en que las universidades y las empresas todavía no asumen el cambio que la red está generando, donde tenemos usuarios que eligen, discrepan, comentan y modifican la información de una forma vertiginosa.” (Citado en Espuny et al 2011, párrafo.30)

En ese sentido, también debemos considerar que nosotros somos los principales responsables de ese cambio de actitud con respecto a los nuevos modelos docentes; hemos recibido la misión de permeabilizarnos ante los cambios que se producen en el entorno comunicativo y ante los usos sociales de la red y, en un segundo plano, de trasladarlos a nuestra práctica docente. (Espuny et al 2011, párrafo.30)

La práctica docente tradicional puede ser modificada en forma positiva debido al uso de las nuevas tecnologías, muchos profesores aún desconfían de los posibles beneficios de las redes sociales usadas en la educación ya que en los últimos años han sido usadas sólo como medio de entretenimiento motivando a

los docentes a creer que en lugar de ayudar en el aprendizaje, perjudican el mismo, provocando muy poca investigación sobre el tema, lo que lleva a Espuny et al a opinar que:

Con todo, las redes sociales han llegado a nuestra sociedad para quedarse y para cambiar nuestra forma de relacionarnos. Depende de nosotros, y de la actitud de nuestros estudiantes, que nuestra forma de trabajar, de investigar y de aprender quede o no al margen de esta revolución. (2011, párrafo.32)

Las redes sociales como entorno docente: Análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. (Miguel Túñez López y José Sixto García, 2012)

Las redes sociales presentan una oportunidad para que docentes y alumnos establezcan relaciones que les permita interactuar y en opinión de Túñez y Sixto “experimentamos la pertinencia de aproximar los contenidos docentes a espacios de relación interpersonal del alumno, alterando los flujos de comunicación y el concepto de movilidad del mensaje en la relación profesor-alumno en entornos virtuales.” (2012, p.77)

De igual forma las instituciones educativas buscan nuevas formas de acercarse a sus estudiantes y manejar la comunicación de forma más rápida utilizando medios masivos que son las plataformas que brindan muchas oportunidades que serían de gran ayuda en la educación, como la docencia online mencionada por Túñez y Sixto quienes dicen que “entendida como un acto de comunicación virtual alumno-profesor profesor-alumno, la docencia en soportes online se ha venido planteando como una opción de proximidad en las relaciones docentes trasladando el aula a los entornos virtuales.” (2012, p.78)

Así como los jóvenes interactúan y comparten contenidos de varios tipos una de las posibilidades de las redes sociales es determinar un público objetivo dependiendo del tipo de información que se busca compartir y establecer los medios a usar para lograr comunicarse e interactuar de forma efectiva, “por eso exploramos la pertinencia de modificar los flujos en la comunicación académica provocando un escenario en el que todos se relacionan con todos permanentemente...” (Túñez y Sixto, 2012, p.78)

Seguendo esta opinión conocemos cambios o mejoras que se pueden hacer en el proceso de comunicación por medio de nuevas tecnologías considerando la idea de Túnnez y Sixto quienes proponen que “en vez de motivar al alumno a entrar en los entornos educativos, ¿por qué no llevar los contenidos académicos a los entornos en los que acostumbra a estar el alumno?”(2012, p.78)

Es vital para las Universidades y docentes implementar las nuevas herramientas de la web 2.0 en la relación con sus estudiantes, logrando crear un medio de comunicación atractivo para los jóvenes, quienes son los más dispuestos a utilizar y aprovechar las ventajas de la web 2.0 que “podría definirse como un conjunto de tecnologías para la creación social de conocimiento, incorporando tres características fundamentales: tecnología, conocimiento y usuarios” (Freire, 2007, Citado en Túnnez y Sixto 2012, p.79).

“En este sentido, las redes de aprendizaje se erigen en comunidades de prácticas con un interés que es compartido por los usuarios, que interactúan y aprenden unos de otros compartiendo un repertorio de recursos.” (Túnnez y Sixto, 2012, p.79). Las redes sociales no deberían representar un reto para su implementación en la educación sino todo lo contrario ya que entre sus principales ventajas tenemos que permiten la unión y colaboración de varias personas, facilitan la interacción, su gran mayoría son simples e intuitivas, tienen un entorno amigable y son gratuitas.

Mientras que en lo que respecta a los docentes, tomamos la opinión de De Haro (2009):

Minimizan la necesidad de formación porque todos usan el mismo recurso; (2) favorecen la comunicación con los alumnos de manera bidireccional, puesto que profesorado y alumnado se encuentran en un mismo espacio; y (3) su carácter generalista permite el uso universal de las mismas. (Citado en Túnnez y Sixto 2012, p.80)

Para esto las Universidades y docentes no solo deben implementar las nuevas tecnologías sino también motivar a los estudiantes a ser parte de estas nuevas comunidades online. “Por su parte, el profesor virtual ha de ser capaz de motivar al alumnado, establecer relaciones entre todos los participantes; resolver dudas; y fomentar la participación.” (Túnnez y Sixto, 2012, p.80)

Precisamente la participación de todos los miembros de un grupo o comunidad dentro de las redes sociales es uno de los retos a superar con la finalidad de que maestros y Universidades logren tener una retroalimentación efectiva con sus alumnos, conociendo sus opiniones, problemas e incluso sugerencias para mejorar el trabajo y los servicios de las instituciones educativas; pero son las Universidades las que deben tomar la iniciativa realizando planes de trabajo y con la información y contenidos que publiquen buscar obtener respuestas a los asuntos que consideren más importantes, considerando que “a pesar de que en Internet el receptor puede ser también emisor de contenidos, en los entornos educativos se mantiene el papel del profesor como responsable máximo de enseñar, orientar e integrar al alumno en el sistema.” (Túñez y Sixto, 2012, p.80)

Tanto educadores como las Universidades deben tener claros sus objetivos al usar las redes sociales en su proceso de comunicación e información a los estudiantes, como lo dicen Túñez y Sixto, “ha de darse lo que denominamos el Compromiso 2.0: en los entornos 2.0 no basta con la presencia, sino que se exige también la participación activa.” (2011, p.80), considerando también las diferencias de conocimiento en el uso de redes sociales tomando en cuenta que los jóvenes están adaptados a estas tecnologías manteniendo cierta distancia con los adultos como se muestra en el tema que se aborda a continuación.

El uso de las TIC y la brecha digital entre adultos y adolescentes. Encuentros y (des)encuentros en la escuela y en el hogar. (Jordi Busquet, Sonia Ballano, Daniel Aranda, Alfons Medina, Silvia Morón, Laura Ruano, 2011)

Esta investigación analiza las diferencias culturales entre jóvenes y adultos, abordando la brecha generacional con respecto al tema tecnológico. Existe una gran diferencia en la sociedad actual en la cual los jóvenes tienen la tecnología como herramienta principal en la comunicación e información mientras que los adultos han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías para poder aprovechar sus ventajas y acortar distancias con los jóvenes, considerando el tema de la comunicación, tal y como opina Busquets et al, “si bien es indudable que el desarrollo tecnológico aplicado a los procesos comunicativos ha contribuido a la intensificación de las relaciones humanas; las transformaciones que se están produciendo, no pertenecen exclusivamente al plano tecnológico, sino al sociocultural.” (2011, p.4).

Las tecnologías de información y comunicación no han reemplazado las formas de comunicación tradicionales, pero han conseguido crear nuevas formas de interacción, afectando las relaciones sociales. Nuestra sociedad se encuentra en proceso de cambio tecnológico, provocando cambios sociales y ciertos problemas en la adaptación a las tecnologías, como lo dice Busquets et al.

Una de las problemáticas más relevantes que comparten padres y profesores es la poca disponibilidad de tiempo y la fuerte tensión que comportan los compromisos laborales, impidiendo, en muchos casos, una función clave en unos y en otros: el proceso de acompañamiento de niños y jóvenes en su progresivo desarrollo cognitivo y emocional (2011, p.6).

En el caso de los adultos el haber crecido acostumbrados a no utilizar o utilizar muy poco este tipo de tecnologías complica su adaptación a las nuevas herramientas y su uso en varios campos como el laboral o el educativo, contrastando con el modo de vida de los estudiantes en el cual la tecnología es parte esencial. “Considerados nativos digitales, el constructo social de infancia invierte los principios ancestrales situando a los niños como alfabetos e incluso, en muchos casos, como a expertos y relegando a los adultos al plano de la vulnerabilidad y analfabetismo” (Busquets et al, 2011, p.7).

La mencionada adaptación a las nuevas tecnologías, es un proceso que corresponde a los adultos, sobre todo a aquellos profesionales que necesitan incluirlas en su vida laboral y para mantenerse al día con las preferencias y herramientas usadas por los más jóvenes. En el ámbito educativo, las universidades no pueden quedarse atrás en la adaptación e implementación de las tecnologías de información y comunicación. En palabras de Busquets et al.

Consideramos que en un contexto social sometido a convulsas transformaciones, es clave llevar a cabo un esfuerzo de aproximación y comprensión de la juventud. Sólo así parece posible la conciliación de los diversos discursos y usos entorno a los media. (2011, p.10).

Las universidades pretenden sacar provecho de las TIC, considerando sus herramientas y ventajas tan populares últimamente. Según Busquets et al “En tan sólo quince o veinte años, la revolución que han provocado las TIC comporta un cambio radical en las posibilidades de creación, difusión y participación cultural de los jóvenes y adolescentes.”(2011, p.13).

Teniendo en cuenta el proceso de cambio tecnológico y el aumento en el uso de las mismas, se muestran datos estadísticos considerados relevantes en relación al uso de las nuevas tecnologías en Ecuador.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en una investigación realizada en diciembre de 2013, el equipamiento tecnológico en los hogares de los ecuatorianos ha aumentado. El 18,1 % de los hogares posee al menos 1 computadora portátil y el 27,5 % tiene una computadora de escritorio.

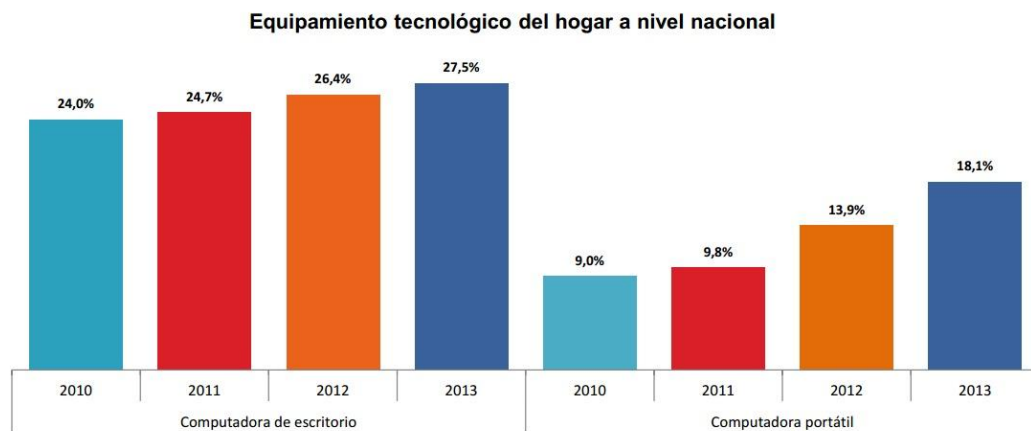


Gráfico 1: Equipamiento tecnológico en el hogar. Fuente: INEC, 2013.

También hay un aumento en la cantidad de teléfonos celulares inteligentes, el 16,9% de las personas que posee un celular tiene un teléfono inteligente.

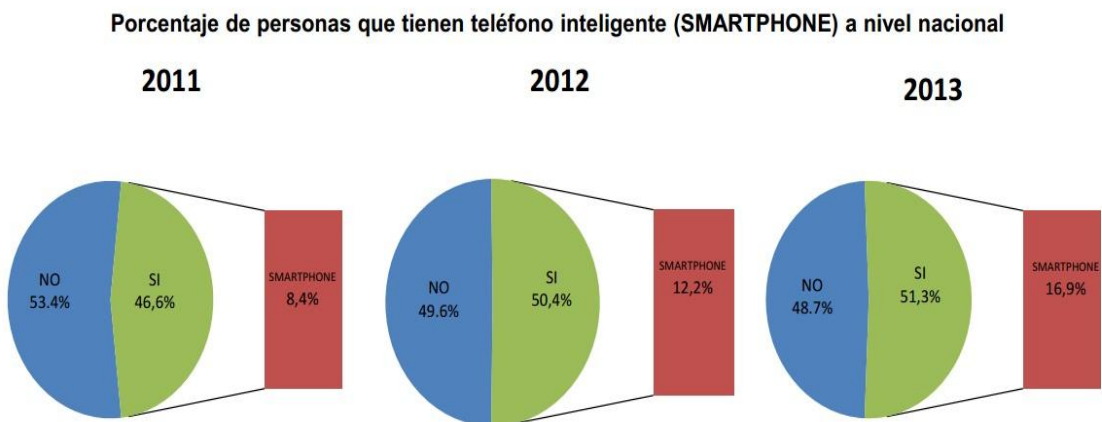


Gráfico 2: Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente. Fuente: INEC, 2013.

En comparación con el año 2010, el acceso a internet también ha aumentado, el 28,3% de los hogares tiene acceso a Internet, de ellos el 43,7% accede a través de modem o teléfono.

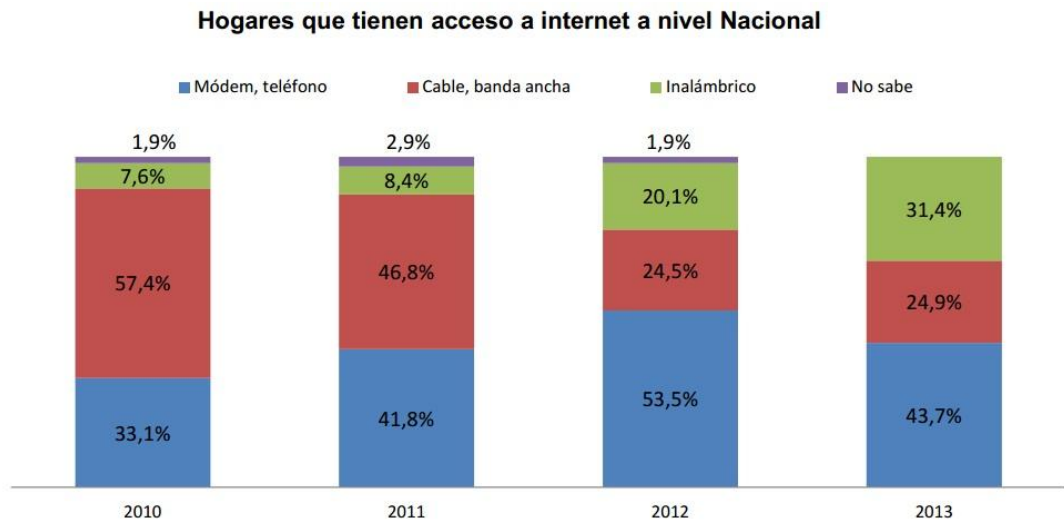


Gráfico 3: Hogares con acceso a internet. Fuente: INEC, 2013.

Por último vemos uno de los datos más importantes desde el punto de vista generacional, los cuales se refieren al uso de computadora por edades.

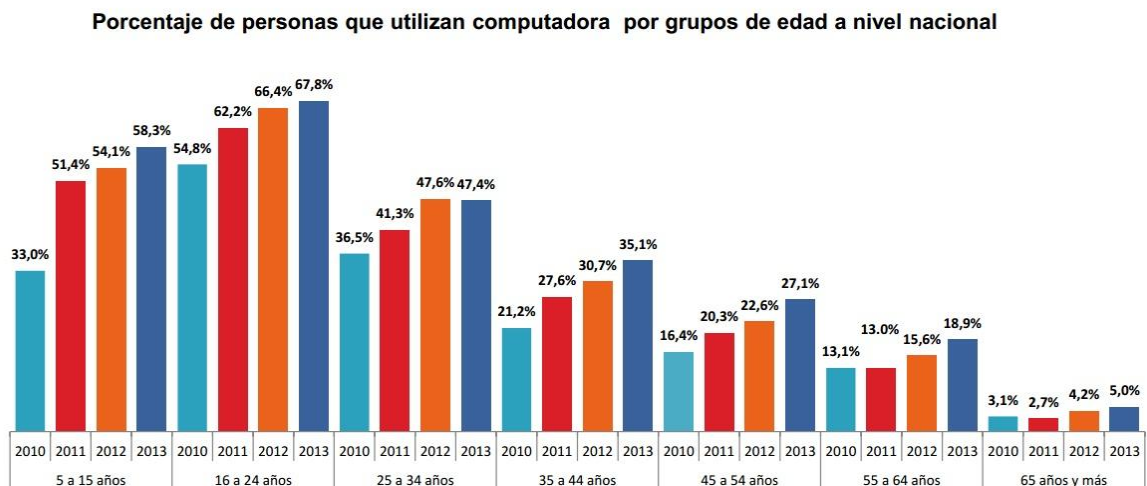


Gráfico 4: Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado computadoras. Fuente: INEC, 2013.

Según la estadística vemos que el 67,8 % de la población de entre 16 a 24 años son los que más usan computadoras, reafirmando la idea de que los jóvenes están adaptados a estas herramientas y las han hecho parte de su vida diaria.

Sin duda las personas adultas deberán adaptarse a estas nuevas tecnologías si pretenden mejorar o cambiar algo sobre todo en el aspecto laboral y por supuesto las instituciones educativas no pueden ni deben quedar fuera de este proceso de innovación, por este motivo se aborda el siguiente tema.

La cultura innovadora de las Universidades. (Marina Tomàs, Núria Borrell, Diego Castro, Mònica Feixas, Dolors Bernabeu, Mariana Fuentes, 2010)

Los cambios sociales y culturales a lo largo de los años sin duda han influido en los procesos de innovación en las universidades, logrando cambios en sus métodos de enseñanza y demás procedimientos. Adaptarse a las nuevas tecnologías y sobre todo a la forma de pensar de los jóvenes es una necesidad que tienen todas las instituciones educativas que desean ser atractivas y útiles para una sociedad en constante cambio.

La tarea más importante e inmediata para las universidades que se enfrentan a un futuro incierto es construir una cultura que aprecie y apoye el cambio en todos los niveles organizativos. Deben crearse, articularse y adoptarse nuevas estrategias institucionales que permitan a las universidades sobrevivir y prosperar en este nuevo mercado educativo. (Tomás et al, 2010, p.17).

La administración cumple un rol principal en el proceso de cambio de una universidad, siendo ellos quienes deben liderar la búsqueda y análisis de falencias y otros aspectos a mejorar. La implementación de nuevas herramientas y tecnologías además de la participación de otros miembros que forman parte de la institución para así mejorar en el campo educativo o administrativo es una obligación para cualquier administración que pretenda hacer de su institución un lugar cada vez más eficiente y competitivo, tal como lo afirma Tomás y colaboradores.

La clave para un equipo poderoso reside en la adaptabilidad de la institución combinada con una habilidad administrativa de fusionar

nuevos valores de gestión con los valores académicos tradicionales de manera que todos los niveles de la institución trabajen para mejorar la cultura académica. (Tomás et al, 2010, p.17).

Para lograr un buen desempeño en la aplicación de redes sociales como medio de comunicación es vital la organización y definición de objetivos dentro de la institución, debido a continuación se analiza la planificación como aspecto relevante en el proceso de comunicación de las Universidades.

Planes de sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones en la Universidades como medio de aprovechamiento al conocimiento: Aplicación al caso de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (Jacques Bulchand Guidumal, 2002)

Las universidades, como parte de la denominada sociedad del conocimiento, deben ser protagonistas en estos tiempos de constantes cambios tecnológicos. A partir de la popularización del internet y el acceso que las personas tienen a esta herramienta, las tecnologías de información y comunicación cobran cada vez más importancia, convirtiéndolas en medios indispensables en la vida de las personas e instituciones.

En el aspecto educativo, las TIC pueden ser herramientas útiles en el manejo y administración de datos; como vemos en palabras de Bulchand:

En efecto, las TIC están especialmente preparadas para trabajar con datos, realizando con gran celeridad y precisión todas las operaciones asociadas a los mismos, como pueden ser la captura, validación, ordenación, almacenamiento, agregación, búsqueda, etc. También se ha demostrado su utilidad en la gestión de la información, especialmente en los aspectos relativos a su creación a partir de los datos y en las tareas que posteriormente son necesarias, como la transmisión, almacenamiento y difusión, entre otras. (2002, p.71).

Bulchand plantea la planificación estratégica como medio para la innovación de las universidades utilizando las TIC, pero primero debemos entender el concepto de planificación estratégica, para esto se toman en cuenta opiniones como la de Boar (2001), quien dice que "...la pelea permanente de las empresas es la pelea por la ventaja. Aquella con más ventajas, gana; la que

tiene menos ventajas, pierde. La estrategia es la búsqueda infatigable de la ventaja.” (Citado en Bulchand, 2002, p.126).

Por otro lado, Berry y Wechsler (1995) opinan que la planificación estratégica es un proceso sistemático para dirigir la organización y su dirección futura en relación con su entorno y con las demandas de los grupos de interés (...), que incluye la formulación de estrategias, el análisis de las fortalezas y debilidades (...), la implementación de acciones estratégicas, y la dirección de temas de interés. (Citado en Bulchand, 2002, p.126).

Conociendo estos conceptos sobre planificación estratégica, se considera que este tipo de planificación es de gran ayuda e importancia para el desarrollo de las universidades, considerando los cambios a los que las instituciones deben enfrentarse actualmente. Bulchand opina que “la razón de que sea tan frecuente la planificación estratégica en las universidades está en que se trata de una técnica de dirección especialmente interesante cuando el entorno de la organización es incierto y turbulento.” (2002, p.132). Esto se da debido al proceso de cambio al que las instituciones han sido expuestas en los últimos años, sobre todo intentando acercarse a sus estudiantes.

No cabe duda de que ésta es la situación que rodea a las instituciones de educación superior, que han experimentado en los últimos años una serie de cambios complejos y profundos. Entre ellos podemos citar los presupuestos en restricción, los desarrollos tecnológicos, las nuevas actitudes sociales y la demanda de nuevos servicios. (Bulchand, 2002, p.132).

Las instituciones educativas están obligadas a actualizarse según los cambios en las nuevas tecnologías que influyen en la vida de los estudiantes y en el desarrollo académico o administrativo; “las universidades deben desarrollar procesos de planificación estratégica o seguir con los que ya tienen en marcha, puesto que es la única posibilidad de supervivencia que tienen dados los cambios radicales que se están produciendo en su entorno” (Bulchand, 2002, p.133).

Las universidades que buscan innovar y aprovechar las ventajas ofrecidas por las TIC no deben olvidar sus funciones principales, que en palabras de

Birnbaum (1988) son: “docencia, investigación y prestación de servicios a la comunidad.” (Citado en Bulchand, 2002, p.185). Estas tareas son la base sobre la cual las universidades funcionan y sus planes para mejorar e innovar deben basarse en el cumplimiento y desarrollo de estas funciones, según Bulchand: “la forma en que se organiza la universidad, cómo se divide el trabajo en diversas tareas o actividades y cómo se coordinan y controlan éstas con el fin de obtener mejores resultados conforman su estructura.” (2002, p.187).

Otro punto a considerar son las diferencias generacionales y tecnológicas pueden resultar un problema para las universidades y sus docentes dentro del ámbito académico. En opinión de Bulchand:

Suelen existir importantes diferencias de formación en TIC entre los estudiantes y los docentes (...) Así, los docentes de áreas técnicas suelen conocer mejor las TIC que los estudiantes a los que deben formar, pero esta situación no se da en el resto de áreas de la universidad, en las que es frecuente que los estudiantes dispongan de mayores conocimientos técnicos que los de sus docentes. (2002, p.194).

El aspecto administrativo tampoco queda fuera de este análisis, las TIC pueden ser herramientas útiles para el manejo de áreas como esta, así como los describe Bulchand:

La gestión de las matrículas y de las áreas económica y financiera, de personal, de patrimonio, de alojamientos, de servicios deportivos, de información al alumnado y de ayudas financieras, son sólo algunos ejemplos de casos en los que las TIC contribuyen a la creación de una infraestructura eficaz para la prestación de unos servicios de calidad a profesores, estudiantes y personal de administración. (2002, p.196).

El objetivo de las universidades es cumplir con sus funciones de la mejor forma posible, desempeñando un rol importante en la sociedad por medio del uso y optimización de sus recursos. Citando a Bulchand:

No cabe duda de que en las universidades es imprescindible desarrollar procesos destinados a gestionar su conocimiento, dado que si unimos los docentes, investigadores, (...) y estudiantes de una universidad, tenemos una de las mayores fuentes de conocimiento de la sociedad. La capacidad de extraer, sistematizar, transmitir y aprovechar este

conocimiento es, sin duda alguna, uno de los grandes retos de la universidad de hoy en día. (2002, p.199).

La actualización de las instituciones educativas no está dada sólo por la adquisición o uso de nuevas tecnologías, sino por la capacidad de su personal para darles un correcto uso y sacar el máximo provecho a las herramientas ofrecidas por las TIC. Así Bulchand concluye que:

La mejor posibilidad es prestar más atención a la estrategia tecnológica aunque sin olvidar la componente humana, pues estamos convencidos de que una gestión total del conocimiento sólo puede ser lograda a través de una adecuada combinación de los factores humanos y tecnológicos. (2002, p.437).

No cabe duda de que el uso de las nuevas tecnologías respaldado por la experiencia y conocimiento de las personas, se pueden lograr muchos avances en el proceso de comunicación, sobre todo utilizando estrategias destinadas a este tema como veremos a continuación.

Modelo de planeación estratégica de los espacios educativos tecnológicos a nivel de educación universitaria. (José Guerrero Pulido, 2012)

Además de la adaptación de las Instituciones Educativas a las nuevas tecnologías y a su rol en la vida de los jóvenes, Tomás et al (2010), plantean que:

Las universidades han ingresado en un período de innovaciones profundas que no tienen punto de retorno, ni perspectivas cercanas a una fase de equilibrio. Estas nuevas instancias a las cuales deben hacer frente las instituciones universitarias han alterado sustancialmente su capacidad de respuesta. Además han conllevado a la educación universitaria el realizar una constante adaptación a los complejos acontecimientos del entorno, así como tener tolerancia y capacidad para afrontar situaciones inciertas, confusas y diversas. Los constantes cambios en el entorno le exigen a las universidades su adecuación y flexibilidad a fin de sobrevivir en el futuro y no caer en la falsa creencia en considerar que funcionan de un modo esplendoroso.

La educación ha cambiado con el paso del tiempo y se ha adaptado a los avances en tecnología y nuevas tendencias dentro de la sociedad, siendo una parte importante en la vida de todas las personas, se debe buscar siempre la forma de mejorarla.

Desde hace aproximadamente una década, las TIC están formando parte de la actividad educativa de las nuevas generaciones, en las cuales hay intercambios de información, conocimientos, emociones y sentimientos. Las TIC han conllevado a redimensionar el contexto educativo en la constante búsqueda de estrategias que permitan hacer uso de las tecnologías como elemento apoyo a la enseñanza, con el fin de enriquecer y optimizar el proceso de aprendizaje (Delgado, Arrieta y Riveros, 2009, Citado en Guerrero, 2012, p.24).

Aunque los antecedentes presentados resultan positivos y alientan a las Universidades a usar las redes sociales y nuevas tecnologías para informar y comunicar, hay aspectos que resultan negativos y no provocan interés en los jóvenes por participar, como ejemplo se analiza el siguiente caso.

Razones por las que los alumnos universitarios no utilizan las redes sociales. (Zeynep Turan, Hasan Tinmaz y Yuksel Goktas, 2012)

Facebook es una de las redes sociales más usadas en todo el mundo, y a pesar de su popularidad, gran variedad de usos y herramientas, no logra convencer o atraer la atención de muchos jóvenes. Algunos la consideran como una pérdida de tiempo, una alternativa no tan necesaria o como un medio para invadir la privacidad de los demás.

La juventud de esta última generación ha crecido con acceso a los ordenadores y a Internet y por eso muchos parecen poseer una capacidad natural y unas habilidades de alto nivel en cuanto a manejar las nuevas tecnologías. En la actualidad esto se debe a que estos jóvenes dedican una gran parte de su vida diaria al uso de Internet, las herramientas digitales, los juegos en línea, el correo electrónico, los teléfonos móviles, y la mensajería instantánea (Prensky, 2001, Citado en Turan et al, 2012, p.138).

Facebook cuenta con más de 1000 millones de usuarios actualmente, pero también hay muchas personas que no son o han dejado de ser parte de la comunidad de Facebook, como se muestra en la investigación tomada como ejemplo.

“Se recogieron los datos de 20 alumnos de licenciatura, de entre 18 y 25 años, de las facultades de Informática Educativa y Tecnología Instructiva (CEIT), en dos universidades distintas de Turquía” (Turan et al, 2012, p.139).

Ninguno de los participantes (n=20) estaba usando Facebook durante la recogida de los datos. Se les preguntó a los alumnos cuáles fueron los factores que les llevaron a ser no usuarios de esta red social. Los resultados se presentan en la tabla 3.

Razones por las que utilizan Facebook los estudiantes no usuarios.					
Las razones subyacentes especificadas por los no usuarios de Facebook.					
	Distribución de frecuencia de temas				
	Mujeres(N)		Hombres(N)		
Temas	Usuario previo	Nunca un usuario	Usuario previo	Nunca un usuario	Total (N)
Tiempo excesivo pasado en línea	4	2	5	1	12
Falta de interés	4	5	1	0	10
Preferencias por otras herramientas comunicativas	1	5	0	0	6
Adicción	1	1	1	1	4
Disgusto por representarse	1	0	3	0	4
Desvío de los propósitos SRS	1	1	1	0	3
Ser insociable	1	1	0	0	2
Miedo al fracaso académico	1	0	1	0	2
Parcial sobre los usos de los SRS	0	1	0	1	2
Normas de privacidad	0	0	1	0	1
Preocupación parental	1	0	0	0	1
Preferencia por usar otros SRS	0	0	0	1	1
Influencia de amigos	0	1	0	0	1
Acoso cibernético	1	0	0	0	1

Tabla 3: Estudiantes no usuarios de redes sociales. Fuente: Turan, Tinmaz y Goktas 2012.

“Pasar tiempo excesivo en Facebook fue el factor más común que les detuvo a los alumnos de utilizar esta red (n=12; 6 mujeres, 6 hombres)” (Turan et al, 2012, p.140).

“La segunda razón más importante para no usarlo fue: «Falta de interés» (n=10; 9 mujeres, 1 hombre)” (Turan et al, 2012, p.140).

Aunque los alumnos usan Internet a menudo, los resultados principales indican que la razón básica para no usar Facebook fue el tiempo excesivo pasado en línea. Puede ser que los alumnos están sumamente ocupados con su desarrollo académico y profesional y por ende tienen poco tiempo para participar en una red social (Kirschner & Karpinski, 2010, Citado en Turan et al, 2012, p.142).

Todos los temas, ideas y opiniones que se han mencionado, fueron analizadas con la intención de obtener conocimientos sobre técnicas de comunicación, métodos de innovación, estrategias para el uso de las nuevas tecnologías y más ideas que ayuden a abordar el tema y a lograr los objetivos planteados en esta investigación, explorando las experiencias, sugerencias y conceptos de profesionales que también se han interesado en investigar los beneficios de las nuevas tecnologías y redes sociales implementadas en la comunicación de las Instituciones de Educación Superior.

3. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

En los últimos años las redes sociales se han vuelto protagonistas en las actividades de los jóvenes, por este motivo la Facultad de Artes y Humanidades busca acercarse más a sus alumnos por medio de un perfil de Facebook creado para compartir información relevante en el ámbito educativo, y así tener una forma de interactuar con los estudiantes.

“Toda investigación requiere de una estructuración metodológica que facilite el tratamiento de la información para llegar a conclusiones que aporten carácter científico al tema desarrollado.” (Guzmán, 2013).

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto del Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades para dar a conocer su gestión académica y

administrativa a los estudiantes. Para este fin se utilizarán metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas, que juntas forman un enfoque mixto que se considera adecuado para el desarrollo del tema, ya que en opinión de Guzmán “toda investigación requiere de una estructuración metodológica que facilite el tratamiento de la información para llegar a conclusiones que aporten carácter científico al tema desarrollado.” (2013, p 215). Esta investigación será de enfoque cuantitativo por la necesidad de recopilar y conocer los datos importantes para abarcar el problema de investigación, para esto se realizaron encuestas a estudiantes de primero a noveno ciclo de todas las carreras de la Facultad (Música, Lengua Inglesa, Audiovisuales y Multimedia), con la finalidad de determinar problemas y buscar posibles soluciones o sugerencias para poder cumplir con los objetivos planteados, considerando que “las metodologías estadísticas facilitan el tratamiento de datos para obtener conclusiones que agrupan información relevante.” (Guzmán, 2013, p 216)

La investigación es cualitativa ya que se realizó un análisis y explicación de los problemas de la Facultad de Artes y Humanidades en su uso de la red social Facebook para comunicar a sus alumnos sobre su gestión académica y administrativa. Por medio de entrevistas se recopiló información sobre el uso de la red social Facebook por la Facultad de Artes y Humanidades, con el objetivo de conocer el punto de vista de docentes y administradores de la facultad sobre el uso y la relación de la institución educativa con sus estudiantes. Se realiza también la observación de la actividad del perfil de Facebook de la Facultad y el análisis de la labor de sus administradores.

Por la importancia de conocer las causas del problema de investigación y las medidas a tomar para mejorar o solucionar los aspectos que se consideren necesarios, esta investigación será explicativa, tomando en cuenta la opinión de Fidias G. Arias quien dice que “la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.”(2006, p 26).

3.2 Diseño de investigación

Al iniciar esta investigación se determinaron y analizaron todos los factores que pueden afectar el objetivo propuesto por la Facultad de Artes y Humanidades

que es informar a sus estudiantes sobre la gestión académica y administrativa. Se consideró como causa principal que la falta de interés de los alumnos hacia los temas académicos o administrativos de su facultad perjudica el desempeño de la iniciativa de la Facultad.

Se plantearon los objetivos de investigación en base a las posibles causas planteadas en la determinación del problema buscando obtener información importante para el desarrollo de la misma y con la finalidad de utilizar los datos obtenidos mediante las técnicas de investigación antes mencionadas para proponer mejoras o hacer sugerencias a los problemas encontrados.

Para la recolección de datos se utilizaron encuestas a los estudiantes y docentes de la Facultad de Artes y Humanidades, también se realizaron entrevistas a los administradores del perfil de Facebook de la facultad y por último se mantuvo una constante vigilancia a la actividad del Facebook de la Facultad.

Por medio de las entrevistas se realiza un acercamiento y análisis al objeto de estudio y a sus problemas, en palabras de León “la investigación cualitativa se caracteriza por una relación de diálogo paulatino con el objeto de estudio.” (2011, Febrero 21). En el diseño de esta investigación se plantearon varias tareas para abordar el tema y recoger información y opinión de las personas relacionadas al objetivo de investigación, se considera la opinión de León quien dice que:

El diseño estratégico cualitativista considera el punto de partida como una tarea más entre las otras que contribuyen al proceso de investigación. Así, todas ellas son co-responsables de su desarrollo, siendo el inicio, la formulación del diseño, uno de los tantos momentos de la indagación. Esta manera de considerar el punto de partida supone un diseño abierto, donde la persona del investigador es quien integra y da sentido a todos los aspectos partícipes del proceso de estudio: elección de la materia de interés, las decisiones respecto de la recogida y la muestra, el análisis y conclusiones del estudio. (2011, Febrero 21).

Siguiendo el proceso de investigación cualitativa propuesto por Jorge León Sánchez se consideraron las 4 fases de la investigación cualitativa para el diseño de esta investigación:

Fase preparatoria, fase de trabajo de campo, fase analítica y fase informativa. Dan cuenta de distintos niveles de avance que marcan etapas y productos pertinentes a los diferentes momentos del estudio que, sin embargo, nunca se suceden de manera lineal puesto que el producto de una fase puede retroalimentar también a la fase anterior.(2011, Febrero 21).

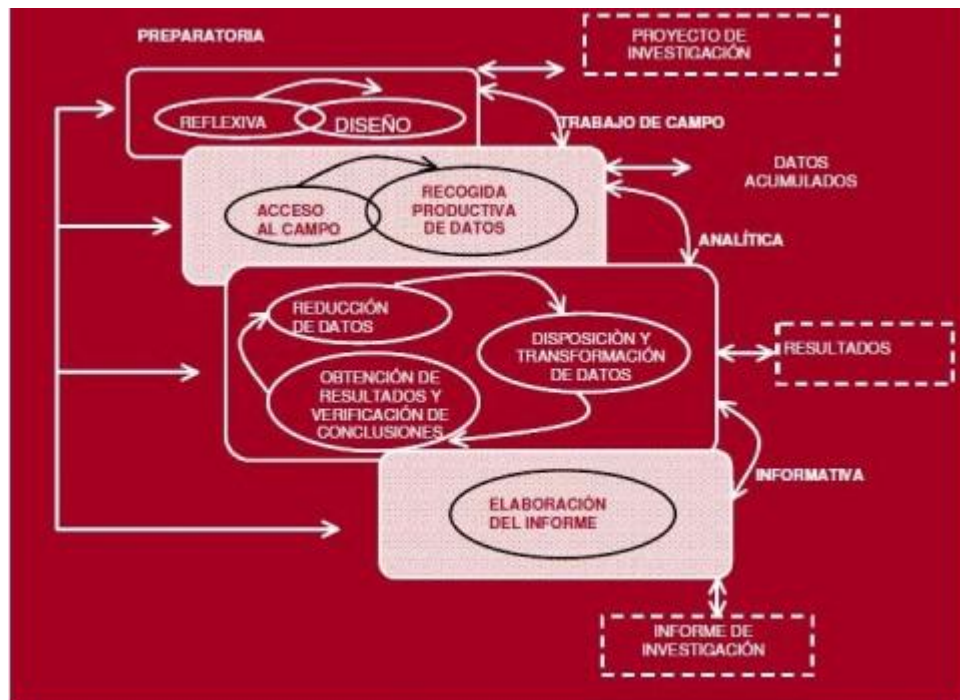


Gráfico 5: Fases de la investigación cualitativa. Fuente: León, 2011.

Fase preparatoria: Una vez definidos los objetivos de la investigación se determinan los aspectos a investigar, las técnicas de recolección de datos y a quienes tomaremos en cuenta para obtener información considerada importante en la investigación.

Trabajo de campo: Se ingresa al campo de estudio y se inicia con la recolección de datos, realizando las entrevistas, encuestas y observación planeadas.

Fase analítica: Se procede con la organización y análisis de los datos recogidos con el propósito de cumplir los objetivos de investigación.

Fase informativa: Se realiza la redacción y presentación de los resultados de la investigación obtenidos por medio de las técnicas cuantitativas y cualitativas.

3.3 Técnica de recogida de datos

“El diseño mixto propio del estudio hizo que se combinaran técnicas cualitativas (las entrevistas y la observación) y una cuantitativa (el cuestionario).” (Ana Rodera, 2012, p 91)

En esta investigación se definió como público objetivo a los 609 estudiantes de las carreras de Artes Multimedia, Artes Audiovisuales, Lengua Inglesa y Música pertenecientes a la Facultad de Artes y Humanidades. Para poder determinar el tamaño de la muestra se utilizó la herramienta de cálculo que brinda el sitio web de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional del Nordeste en Argentina, el cual se encuentra en el siguiente link: <http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>

Como apoyo a la mencionada herramienta se considera adecuado usar la fórmula mencionada por las Ingenieras Mariela Torres y Karim Paz, catedráticas de las Universidades Rafael Landívar y Francisco Marroquín en Guatemala quienes en su investigación “Tamaño de muestra para una investigación de mercado” (2006), plantean el uso de la siguiente fórmula utilizada para el Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En este caso ya conocemos el tamaño de la población de alumnos de la Facultad que es igual a 609 estudiantes, los demás datos de la fórmula son los siguientes:

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza, que equivale a 1,96 ya que el nivel de confianza elegido fue de 95%.

P= Probabilidad de éxito, que será igual a 50%(0,5)

Q= Probabilidad de fracaso, que es igual a 1-p, lo cual equivale a 0,5.

D= Error máximo admisible, que en esta investigación es de 5%(0,05).

$$n = \frac{609 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2(609 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} = 235$$

El resultado indica que la cantidad de alumnos a encuestar es de 235.

El período de encuestas se inició el 13 de Julio de 2014 y finalizó el 15 de Agosto de 2014, durante este lapso de tiempo se ingresó a las aulas para encuestar a los estudiantes de la Facultad.

En las entrevistas se consideró a los administradores del Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades para conocer los objetivos planteados por ellos al usar esta red social como medio de comunicación con sus estudiantes, además es importante conocer sus opiniones con respecto a la relación de los alumnos con el Facebook de la Facultad y el impacto del perfil de Facebook de la facultad en la gestión académica y administrativa a los estudiantes.

Se entrevistó al Ing. David Hoyos quien se desempeña como Gestor Cultural, docente y administrador del perfil de Facebook de la Facultad. También se realizó una entrevista vía correo electrónico a la Ing. Shirley Reyes quien fue la creadora del perfil de Facebook para la Facultad y además se fue docente de la Facultad hasta inicios de 2014. Por último, otra de las personas entrevistadas fue Norma Bohórquez, quien trabaja en la secretaría de la Facultad en el área de Artes Multimedia y tiene contacto directo con los estudiantes.

Por medio de la observación a la actividad del perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades se realizó la recopilación de datos sobre la función del sitio y sus indicadores más importantes.

En la siguiente tabla se detallan las técnicas utilizadas (encuestas, entrevistas y observación) y su relación con los objetivos de investigación planteados.

Técnicas	Enc	Ent	Ob
Objetivos de la investigación			
1. Medir la actividad del perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades.	-	X	X
2. Comparar el Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades con otros sitios informativos similares en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil el nivel de actividad e interacción de estos sitios con los alumnos.	-	-	X
3. Determinar el grado de estudiantes interesados y no interesados en integrarse a la comunidad informativa del Facebook de la Facultad.	X	-	-
4. Determinar si los estudiantes están actualizados con las noticias y actividades de la Facultad de Artes y Humanidades y porque medios.	X	-	-
5. Determinar el nivel de aporte del perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades al mejoramiento académico y administrativo.	X	X	X

Tabla 4: Técnicas y objetivos de investigación.

3.4 Resultados

3.4.1 Resultados de técnicas cuantitativas

A continuación se detallan los resultados obtenidos por medio de las técnicas de investigación cuantitativas planteadas para este trabajo, específicamente las encuestas a estudiantes de la Facultad.

En primer lugar se muestran los datos obtenidos gracias a las encuestas realizadas a una muestra de 235 estudiantes de las 4 carreras de la Facultad de Artes y Humanidades (Artes Audiovisuales, Artes Multimedia, Música y Lengua Inglesa). Los temas que se les consultaron fueron los siguientes:

3.4.1.1 Carrera a la que pertenece el alumno

Los resultados de las encuestas nos muestran que la mayoría de alumnos encuestados fueron de la carrera de Artes Multimedia, con un total de 100. En el siguiente gráfico vemos los datos exactos indicando la cantidad de alumnos por carrera.

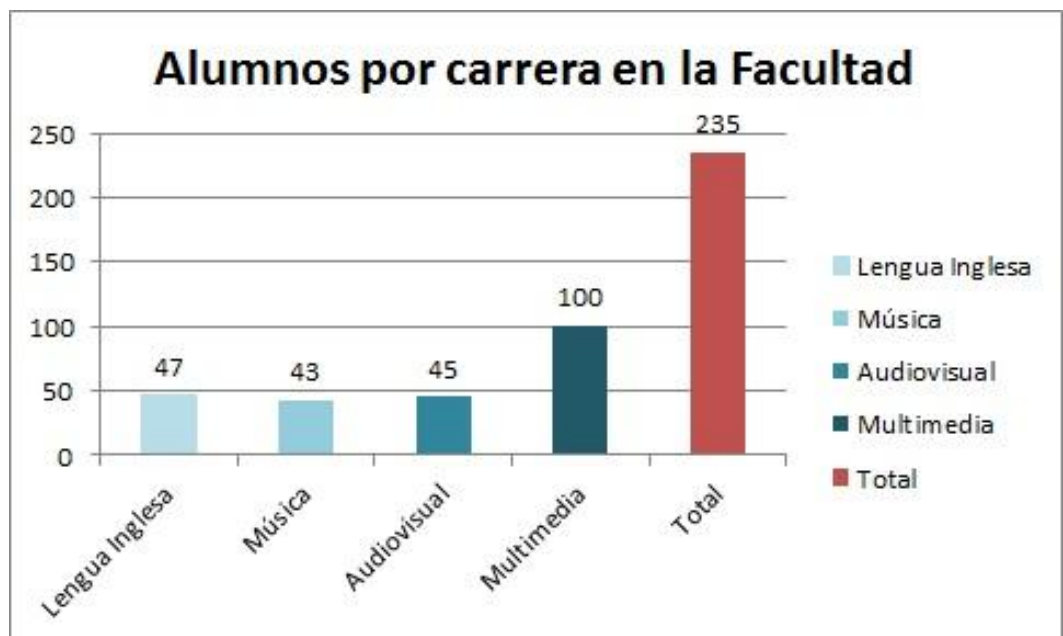


Gráfico 6: Total de alumnos encuestados

3.4.1.2 Ciclo en que se encuentran los alumnos

Aquí se obtuvo información sobre la cantidad de alumnos por ciclo.



Gráfico 7: Alumnos por ciclo

Tenemos como resultado que la mayoría de alumnos encuestados están en los 3 primeros ciclos de sus carreras, siendo 61 alumnos en el primer ciclo, 37 en el segundo y 26 en el tercero, dando un total de 124 alumnos ubicados en los 3 primeros ciclos y 111 en el resto de ciclos.

3.4.1.3 ¿Está enterado de que la Facultad de Artes y Humanidades tiene un perfil de Facebook para comunicar e informar sobre su gestión académica y administrativa?

Se preguntó a los alumnos si tienen conocimiento de que la Facultad tiene un perfil de Facebook para informar sobre sus gestiones académicas y administrativas, y de los 235 encuestados, 127 respondieron que no, lo que corresponde al 54% de los encuestados, mientras que 108 alumnos respondieron que sí. En el siguiente gráfico vemos los resultados más detalladamente.



Gráfico 8: Alumnos que conocen el Facebook de la Facultad

3.4.1.4 Si la respuesta es sí, ¿Sigue el Facebook de la Facultad para mantenerse informado de las actividades académicas y administrativas o para hacer consultas respecto a estos temas?

Con esta pregunta se pidió a los estudiantes que respondieron afirmativamente a la pregunta anterior que nos digan si siguen el Facebook de la Facultad para estar informados y de los 108 alumnos que respondieron que sí conocen el Facebook de la Facultad, sólo 59 dijeron seguirlo.

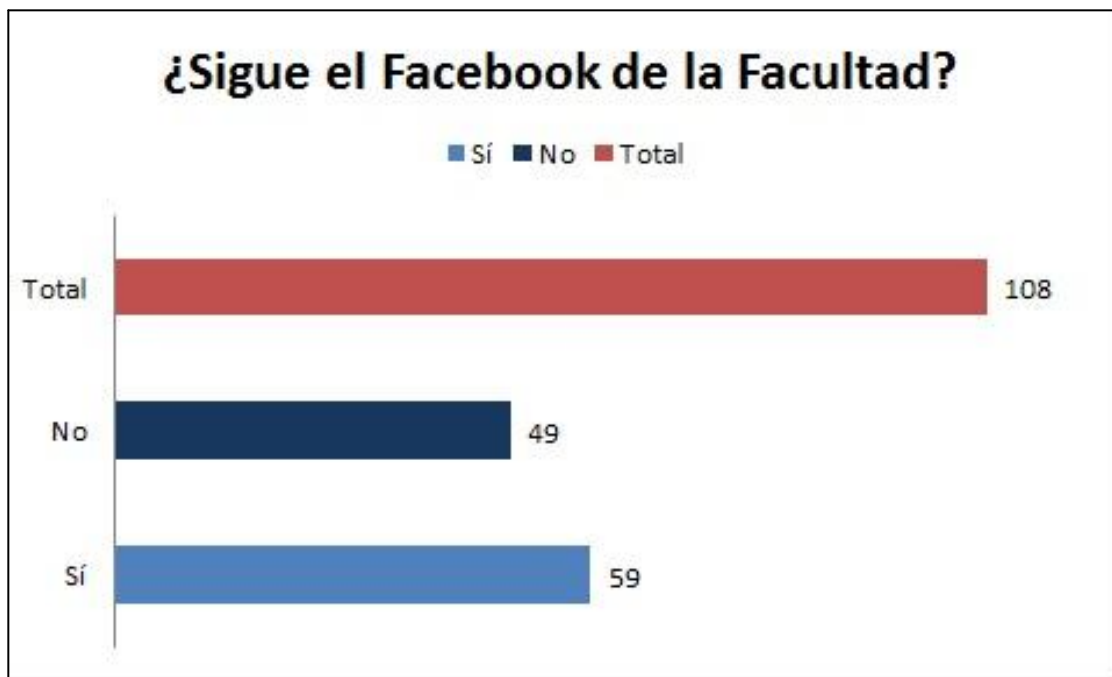


Gráfico 9: Alumnos que siguen el Facebook de la Facultad

3.4.1.5 ¿Cree que Facebook puede ser un medio de comunicación efectivo?

En este punto se preguntó a los alumnos si creen que Facebook puede ser un medio de comunicación efectivo para la Facultad y como resultado tenemos un balance positivo, 153 de los encuestados creen que si, lo cual representa un 65%.

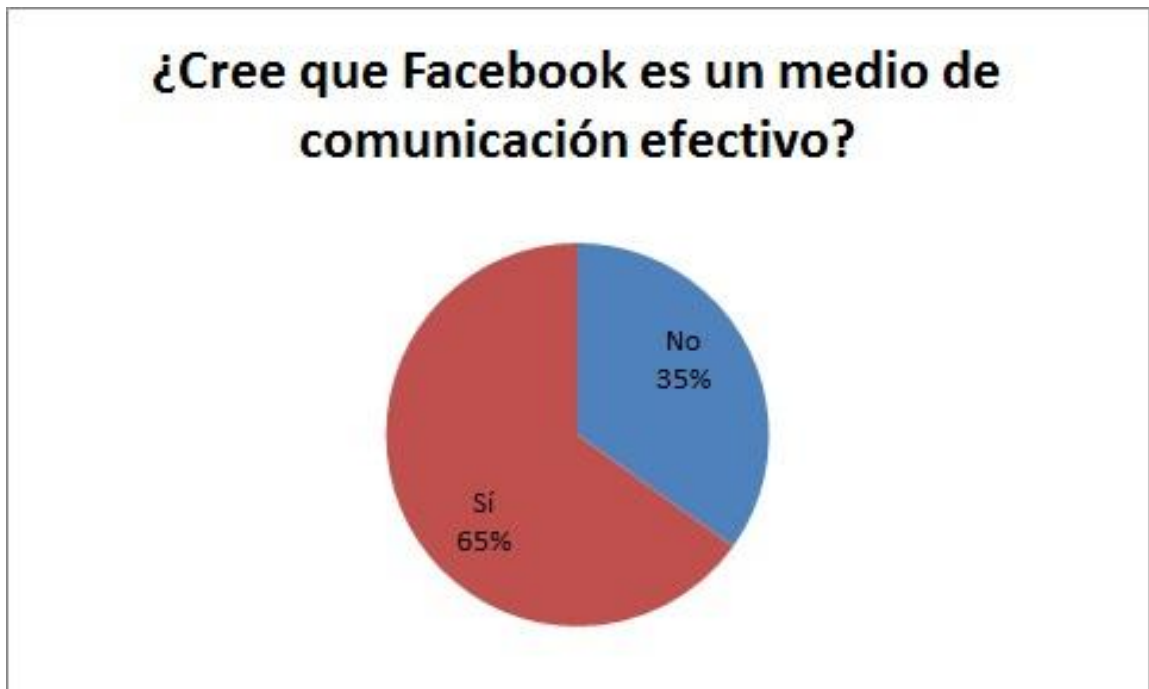


Gráfico 10: Alumnos que creen que Facebook es un medio de comunicación efectivo

3.4.1.6 ¿Qué otros medios utiliza para estar informado sobre actividades de la Facultad?

Por medio de esta pregunta se obtuvieron datos sobre las preferencias de los encuestados hacia otros medios de comunicación utilizados por la Facultad, para esto se les dio 4 opciones: Correos electrónicos enviados a los correos personales de los estudiantes, carteleras publicadas en la Facultad, llamadas telefónicas a las secretarías de sus respectivas carreras y por medio de compañeros o amigos. Uno de los resultados más importante muestra que de los 235 encuestados, 207 alumnos utilizan los correos electrónicos como medio para informarse sobre temas comunicados por la Facultad.

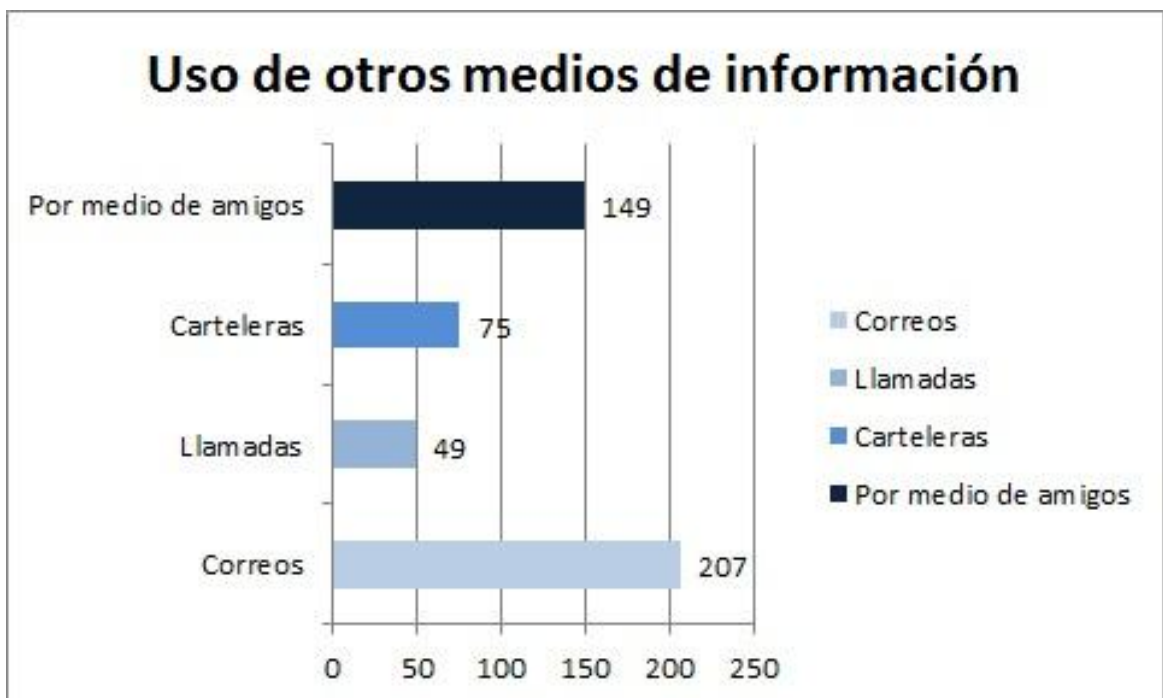


Gráfico 11: Uso de otros medios de información

3.4.1.7 ¿Sugeriría otros medios de comunicación para que la Facultad se comunique e informe a sus alumnos?

Esta pregunta fue hecha con la intención de conocer la opinión de los alumnos encuestados con respecto a la posible utilización de otros medios de comunicación por parte de la Facultad para informar a los estudiantes. Los resultados fueron muy parejos, el 51% de los encuestados sí sugeriría otros medios de comunicación, mientras que el 49% restante, no.

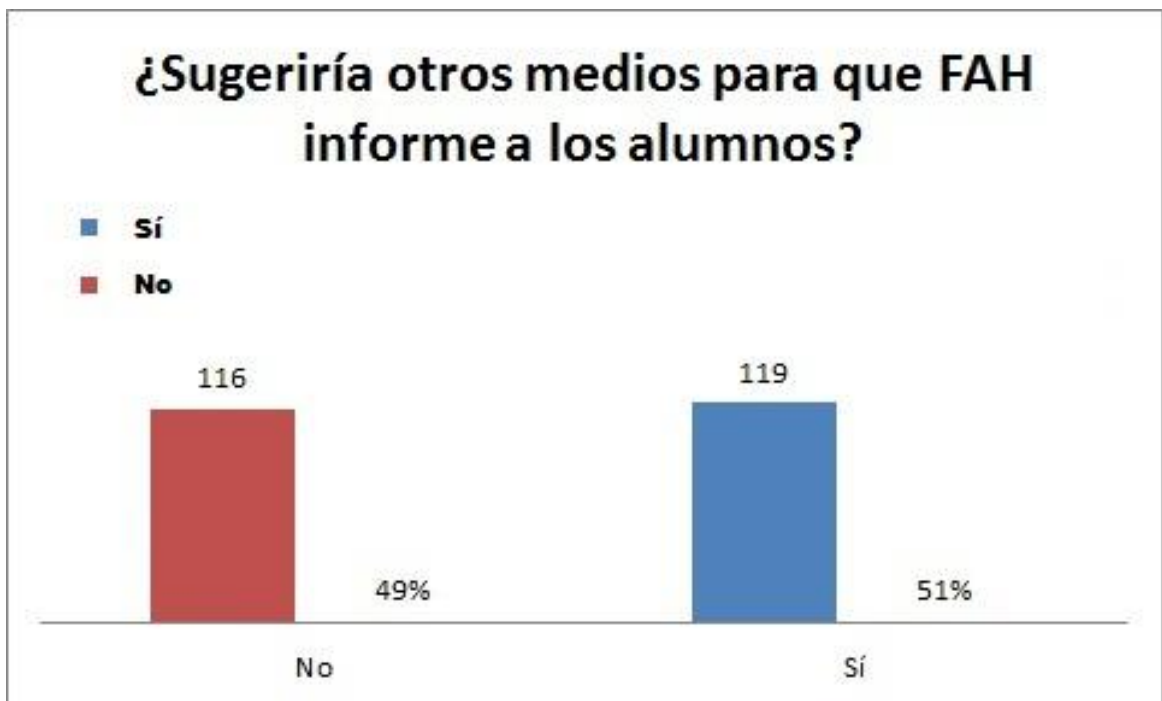


Gráfico 12: Alumnos que sugerirían otros medios de comunicación

3.4.1.8 ¿Considera importante la interacción de maestros y Directores de Carrera con los estudiantes de la Facultad por medio de Facebook o alguna otra red social?

El objetivo de esta pregunta fue saber si los estudiantes creen que es importante la comunicación con los maestros y Directores de Carrera por medio de redes sociales. De los 235 encuestados, 204 alumnos opinaron que si consideran importante la interacción de maestros y Directores de Carrera en redes sociales.



Gráfico 13: Alumno que creen importante la interacción de maestros y Directores de Carrera en redes sociales

3.4.1.9 ¿Le interesa conocer noticias y participar en actividades y eventos de su Facultad o Universidad?

Por último se preguntó a los alumnos si están interesados en conocer noticias sobre actividades organizadas por la Facultad o Universidad y la mayoría de respuestas fueron positivas, teniendo que el 90% de los encuestados respondió que sí.



Gráfico 14: Alumnos interesados en conocer noticias sobre eventos de la Facultad o Universidad

3.4.2 Resultados de técnicas cualitativas

Otras de las técnicas de investigación que se aplicaron fueron las entrevistas a los administradores del Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades, específicamente al Ing. David Hoyos, Gestor Cultural de la Facultad y a la Ing. Shirley Reyes, quien es la responsable de haber creado el perfil de Facebook y se desempeñó como Coordinadora Administrativa y Financiera de la Facultad hasta Mayo del 2014, debido a esto su entrevista fue hecha por medio de correo electrónico. Las entrevistas se encuentran en la sección de anexos.

3.4.2.1 Entrevista a Ing. Shirley Reyes

A continuación se presentan los puntos más relevantes obtenidos en la entrevista:

- Estaban conscientes de la necesidad de mantener informados a los clientes internos y externos de la Facultad de Artes y Humanidades así que con la ayuda de estudiantes se efectuó la creación de un perfil de Facebook.
- Una de las dificultades que encontró al usar Facebook como medio de comunicación fue que a muchos estudiantes no les gusta leer comunicados de la Facultad o Universidad y esto los lleva a ignorar el perfil de Facebook de la Facultad y perderse de noticias importantes.
- Entre los aspectos que se pueden mejorar opina que hay que buscar un mecanismo que permita hacer conocer a los nuevos y antiguos estudiantes que existe un medio de comunicación de la Facultad que permite mantenerlos comunicados sobre temas académicos, administrativos y financieros, y adicionalmente que exista participación de los estudiantes para exponer sus trabajos tutoriales, de esa manera los alumnos nuevos pueden tener ideas más claras sobre sus carreras.
- La información publicada en el Facebook de la Facultad depende de los eventos o actividades que se organizan en la Facultad o Universidad.

3.4.2.2 Entrevista a Ing. David Hoyos

De la misma forma, aquí se hace una síntesis de los datos más importantes recogidos en la entrevista:

- Utiliza el Facebook de la Facultad para difusión de eventos culturales de alguna carrera de la Facultad o de la Universidad y para comunicados de la administración central hacia los estudiantes.
- Los estudiantes no leen los correos enviados por la administración central, por este motivo la información se publica en Facebook de la Facultad ya que tiene más respuesta de los alumnos.
- Los alumnos hacen consultas respecto a temas académicos o financieros y reciben respuesta a sus inquietudes lo más pronto posible, la Coordinadora Administrativa de la Facultad es la encargada de dar respuesta estos temas, además se revisa el Facebook diariamente en busca de consultas de los estudiantes.
- Opina que la acogida del Facebook de la Facultad por parte de los estudiantes ha sido promedio, sugiere un medio de comunicación más fuerte o usar más herramientas que ofrece Facebook, como el servicio pagado para difusión de información u otra red social como Twitter.
- En su opinión los estudiantes no muestran interés en el Facebook de la Facultad o en conocer noticias sobre temas académicos o administrativos ya que varios estudiantes le han comentado que no leen los correos enviados por la Facultad y que no revisan el Facebook.
- Considera que la participación de maestros y Directores de Carrera mejoraría la interacción entre alumnos y maestros y sería una forma más accesible para que los alumnos puedan contactarse con ellos, a pesar de que los Directores de Carrera también responden consultas de estudiantes por medio de correos electrónicos y atendiéndolos personalmente cuando tienen tiempo.
- Propone la idea de organizar concursos entre los estudiantes para promover más participación y más visitas al perfil de Facultad.

3.4.2.3 Entrevista a Msc. Yamil Lambert

Al igual que en las entrevistas anteriores, se mencionan los puntos más importantes de la entrevista:

- No tiene dudas de que la web 2.0 colabora con los docentes pero se usa muy poco, esto depende mucho del profesor y considera que docentes de generaciones anteriores y de especialidades distintas, tienen conocimientos básicos de estas herramientas, ya que al desempeñarse en el área informática el Msc. Lambert cuenta con los conocimientos y experiencia para usarlas efectivamente, y para lograr que los maestros se den cuenta de la importancia y potencial de las redes sociales sugiere la capacitación.
- Existe una brecha digital entre alumnos y docentes, los jóvenes prácticamente nacen con las redes sociales y las dominan mientras los maestros en su mayoría no se acoplan al uso de las mismas y no las ven como herramienta de apoyo para el aula de clase.
- Se deben aplicar estrategias de social media para atraer a los estudiantes, el administrador o community manager de la página debe tener una estrategia para publicar información y lograr que valga la pena seguir a la página por sus contenidos.
- Sería importante tener un community manager con experiencia para que administre las redes sociales de la institución. Considera que no puede ser un estudiante ya que se necesita experiencia para manejar los contenidos y sobre todo la interacción con los usuarios y la forma en que se abordan los problemas o críticas que puedan surgir porque esto expone la marca de la Universidad ante la sociedad.
- Sugiere aplicar estrategias para motivar a los alumnos, como ejemplo, aprovechar Facebook proponiendo a los estudiantes desarrollar juegos para esta red social y así crear proyectos rentables.

3.4.3 Resultados de observaciones al Facebook de la Facultad

Para este punto se realizó una observación a la actividad del perfil de Facebook de la Facultad, vigilando la interacción con los estudiantes, como las consultas hechas, respuestas obtenidas y también la cantidad de publicaciones desde Febrero del 2010, fecha en que se creó el Facebook de la Facultad, hasta el 29 de Agosto del 2014, fecha en que se concluyó esta investigación.

Actividad del perfil de Facebook durante el año 2010:

Actividad durante el año 2010			
Meses	Publicaciones hechas	Consultas hechas por estudiantes	Respuestas a las consultas
Enero	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Febrero	16	0	0
Marzo	1	0	0
Abril	2	0	0
Mayo	4	4	4
Junio	3	1	1
Julio	5	0	0
Agosto	8	1	1
Septiembre	5	4	4
Octubre	12	2	2
Noviembre	2	1	1
Diciembre	1	0	0

Tabla 5: Actividad de la página durante el año 2010

Actividad del perfil de Facebook durante el año 2011:

Actividad durante el año 2011			
Meses	Publicaciones hechas	Consultas hechas por estudiantes	Respuestas a las consultas
Enero	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Febrero	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Marzo	1	0	0
Abril	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Mayo	1	0	0
Junio	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Julio	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Agosto	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Septiembre	2	1	1
Octubre	2	0	0
Noviembre	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Diciembre	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad

Tabla 6: Actividad de la página durante el año 2011

El 2011 fue un año muy irregular en cuanto a actividad de la página de Facebook de la Facultad, como podemos ver hubo mucho tiempo sin ningún tipo de publicación o interacción.

Actividad del perfil de Facebook durante el año 2012:

Actividad durante el año 2012			
Meses	Publicaciones hechas	Consultas hechas por estudiantes	Respuestas a las consultas
Enero	No registra actividad	No registra actividad	No registra actividad
Febrero	2	1	1
Marzo	3	1	0
Abril	5	0	0
Mayo	11	2	2
Junio	13	0	0
Julio	12	0	0
Agosto	4	0	0
Septiembre	6	2	2
Octubre	4	1	1
Noviembre	10	0	0
Diciembre	6	0	0

Tabla 7: Actividad de la página durante el año 2012

Vemos que durante el 2012 hubo mucha más actividad que en 2011, dentro de esta actividad destaca una consulta hecha en Marzo y que no tuvo respuesta, además en meses como Abril, Junio, Julio, Agosto, Noviembre y Diciembre tampoco se registró interacción por parte de los alumnos.

Actividad del perfil de Facebook durante el año 2013:

Actividad durante el año 2013			
Meses	Publicaciones hechas	Consultas hechas por estudiantes	Respuestas a las consultas
Enero	2	0	0
Febrero	8	0	0
Marzo	11	1	1
Abril	8	3	3
Mayo	7	1	1
Junio	4	0	0
Julio	4	0	0
Agosto	8	0	0
Septiembre	11	1	1
Octubre	16	1	1
Noviembre	16	0	0
Diciembre	3	0	0

Tabla 8: Actividad de la página durante el año 2013

Aquí vemos la misma actividad irregular que en los años anteriores, los meses con mayor cantidad de publicaciones fueron Octubre y Noviembre con 16, mientras de nuevo se registraron varios meses con nada de actividad.

Actividad del perfil de Facebook durante el año 2014:

Actividad durante el año 2014			
Meses	Publicaciones hechas	Consultas hechas por estudiantes	Respuestas a las consultas
Enero	8	1	1
Febrero	10	0	0
Marzo	7	2	2
Abril	5	1	1
Mayo	9	0	0
Junio	4	0	0
Julio	10	0	0
Agosto	6	0	0

Tabla 9: Actividad de la página durante el año 2014

Desde Enero de 2014 hasta la fecha en que se culminó esta investigación, ha habido muy poca actividad siendo Febrero el mes más activo con 10 publicaciones.

Como hemos podido constatar por medio de la observación realizada, las publicaciones en el Facebook de la Facultad son esporádicas, dejando largos períodos de tiempo sin actividad y al mismo tiempo los estudiantes son muy poco participativos lo cual genera índices de interacción muy bajos.

Para tener más detalles sobre la actividad del Facebook de la Facultad se pidió al Ing. David Hoyos, administrador del perfil de Facebook, acceso a las herramientas de recolección de estadísticas que ofrece el mismo Facebook.

Se presenta información recogida desde la creación del perfil de Facebook en 2010 hasta el 29 de Agosto de 2014, fecha de redacción de este documento. Cabe aclarar que las estadísticas correspondientes a todo el año 2010 hasta Junio del 2011 no fueron obtenidas mediante las opciones de Facebook ya que debido a cambios en sus herramientas estadísticas dejaron de recoger datos en Diciembre del 2011 para luego presentar actualizaciones, pero datos anteriores a esa fecha ya no pueden ser vistos.

Entre los datos obtenidos tenemos estadísticas sobre:

- El alcance de las publicaciones hechas, que se refiere a la cantidad de personas que vieron la publicación.
- Cantidad neta de “me gusta” o “ya no me gusta” en el perfil de Facebook durante el período de tiempo establecido.

3.4.3.1 Estadísticas desde Febrero de 2010 hasta Junio de 2011

Debido a que no fue posible recoger estadísticas por medio de las herramientas de Facebook como mencionados anteriormente, se recolectaron datos por medio de la observación minuciosa hecha a la actividad del perfil de Facebook de la Facultad desde 2010 hasta Junio de 2011. Los datos se muestran a continuación:

- La página realizó 59 publicaciones desde Febrero hasta Diciembre de 2010, obteniendo 204 “me gusta” durante todo el año.
- El mes con más actividad fue Febrero con 58 “me gusta”.
- Desde Enero hasta Junio de 2011 hubo muy poca actividad en el Facebook de la Facultad reflejando solo 7 “me gusta”.
- Marzo registró 5 “me gusta” y Mayo solo 2, el resto de meses no tuvieron participación.

3.4.3.2 Estadísticas desde 19 de Julio de 2011 hasta el 31 de Diciembre de 2011

Me gusta netos en 2011



Gráfico 15: Me gusta netos en 2011

Vemos información sobre los “me gusta” y “ya no me gusta” realizados en el Facebook de la Facultad durante los meses de Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre, de los cuales la información más destacada corresponde a los 3 “me gusta” recibidos en Septiembre y los 2 “ya no me gusta” recibidos en Agosto.

Alcance de publicaciones en 2011



Gráfico 16: Alcance de publicaciones en 2011

El año 2011 presenta registros de visitas muy bajas, lo más relevante se dio en Septiembre donde el perfil de Facebook de la Facultad tuvo 122 visitas, el resto del año las estadísticas fueron muy bajas.

3.4.3.3 Estadísticas desde Enero de 2012 hasta Diciembre de 2012

Me gusta netos en 2012

Me gusta netos: qué cambió

Me gusta - Ya no me gusta = Me gusta netos



Gráfico 17: Me gusta netos en 2012

Vemos que lo más relevante ocurrió en Septiembre con 8 “me gusta” a la página y 2 “ya no me gusta”.

Alcance de publicaciones en 2012



Gráfico 18: Alcance de publicaciones en 2012

En el mes de Mayo se registró un pico alto de actividad con 425 personas que vieron la o las publicaciones de entre el 7 y 8 de Mayo específicamente.

3.4.3.4 Estadísticas desde Enero de 2013 hasta Diciembre de 2013

Me gusta netos en 2013



Gráfico 19: Me gusta netos en 2013

Los meses de Mayo y Julio fueron los más activos en 2013, pero con solo 3 “me gusta” por mes, mientras que en Febrero se registraron 2 “ya no me gusta”.

Alcance de publicaciones en 2013

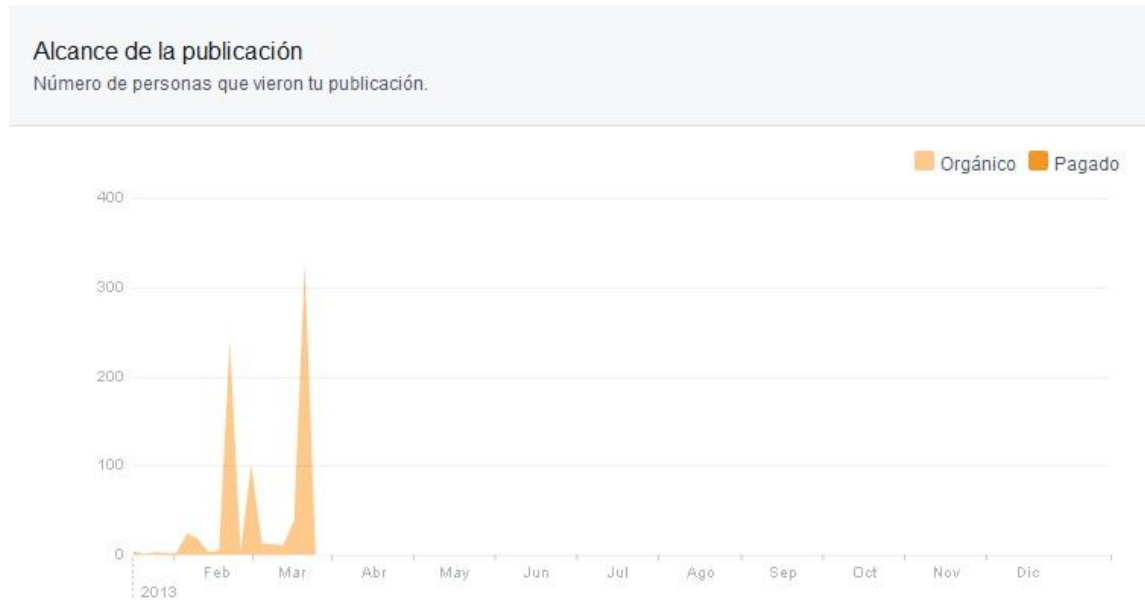


Gráfico 20: Alcance de publicaciones en 2013

El gráfico nos muestra que el 2013 fue un año muy bajo en lo que respecta a vistas a publicaciones hechas, siendo lo más relevante las 326 vistas durante Marzo.

3.4.3.5 Estadísticas desde Enero de 2014 hasta Agosto de 2014



Gráfico 21: Me gusta netos en 2014

En el presente año el mes que registró más actividad fue Febrero con 5 “me gusta” en la página, mientras que en Junio se registraron 2 “ya no me gusta”.

Alcance de publicaciones hasta Agosto de 2014



Gráfica 22: Alcance de publicidad en 2014

La página registró 146 visitas en el mes de Julio, pero estos datos se ven opacados ya que desde Enero hasta Mayo no se registran visitas a la página de la Facultad.

3.4.3.6 Comparación del Facebook de la Facultad

Se decidió comparar el perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades con el perfil de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil para establecer diferencias y similitudes en su uso como medio de comunicación, analizando la cantidad de publicaciones, los me gusta que ha recibido la página y el tiempo que ha estado activa.

A continuación mostramos datos principales de ambas páginas:

Facebook de Artes y Humanidades		Facebook de Filosofía, Letras y Ciencias	
Total de Me gusta	1055	Total de Me gusta	332
Nuevos Me gusta	6 en la semana del 23 al 29 de Agosto	Nuevos Me gusta	19 en la semana del 23 al 29 de Agosto
Grupo de edad	18 a 24 años	Grupo de edad	18 a 24 años
Año de creación	2010	Año de creación	2012

Tabla 10: Comparación de perfiles de Facebook

Entre la información más relevante vemos que el perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades tiene más “fans” o seguidores, tal vez debido a que es más antiguo, pero el perfil de la Facultad de Filosofía ha recibido muchos más me gusta en el transcurso de la semana del 23 al 29 de Agosto elevando su número de seguidores, sin embargo aún hay mucha diferencia entre el total de “me gusta” recibidos por el Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades ya que esta cuenta con 1055 mientras que la Facultad de Filosofía sólo tiene 332.

Ambas Facultades registran patrones de actividad muy similares, publicando información sobre eventos organizados por las propias Facultades o por la Universidad y dejando períodos de tiempo sin actividad.

Esto indica que las Facultades tienen la intención de usar Facebook como un medio de comunicación novedoso, pero deben mejorar en el uso de esta red social para poder aprovechar al máximo sus ventajas.

4. Conclusiones

Después de realizar el tratamiento y análisis de los datos obtenidos mediante las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa se conocen los problemas de la Facultad de Artes y Humanidades en la implementación de Facebook para informar a sus alumnos sobre su gestión académica y administrativa. A continuación se presentan las conclusiones de la investigación.

El uso de las redes sociales en los ámbitos académicos y administrativos está cobrando cada más importancia conforme las mencionadas redes evolucionan y ofrecen cada vez más beneficios en su uso, sin embargo las Universidades deben tener bien definidos sus objetivos y la forma en que utilizarán estas tecnologías, considerando que “para las universidades es indispensable comprender el desarrollo de las redes sociales, su relevancia y sus efectos, para el aprovechamiento de estas tecnologías en el ámbito educativo.” (Guzmán 2013, p.353)

4.1 Alumnos desconocen la existencia del Facebook de la Facultad

Como vimos en la sección de resultados de los 235 alumnos encuestados 127 no conocen el Facebook de la Facultad y entre las principales causas que llevan a este desconocimiento destacan la falta de interés hacia los temas administrativos y académicos que muchos estudiantes alegaron tener y la poca difusión del perfil de Facebook de la Facultad a sus alumnos. Se considera importante mostrar datos sobre los alumnos de los 3 primeros ciclos de la Facultad ya que al ser los más jóvenes y nuevos dentro de la institución es necesario que conozcan sobre la utilización de Facebook como medio de comunicación de su Facultad.

De los 123 alumnos que se encuentran en los 3 primeros ciclos sólo 46 respondieron conocer el Facebook de la Facultad, demostrando una debilidad en la difusión de la página a los estudiantes. En el siguiente gráfico lo vemos con más detalle.



Gráfico 23: Alumnos de 3 primeros ciclos que conocen Facebook de la Facultad

4.2 Alumnos que siguen el Facebook de la Facultad

Aquí vemos un índice muy bajo de alumnos siguiendo el Facebook para mantenerse informado ya que de los 108 estudiantes que conocen el perfil de Facebook de la Facultad, sólo 59 dijeron seguirlo, resultando una cantidad muy pobre tomando en cuenta el objetivo de la Facultad que es mantener informados a sus alumnos. Con respecto a los otros 49 que no siguen el Facebook, son una muestra del poco interés que sienten los estudiantes hacia los temas relacionados a su Facultad y sobre todo es una oportunidad para mejorar la difusión del perfil de Facebook de la Facultad de Artes y Humanidades.

Una causa a considerar dentro del poco interés de los estudiantes puede ser la poca actividad que registra el Facebook, dependiendo sólo de los eventos organizados en la Universidad o Facultad.

4.3 Alumnos que piensan que Facebook es un medio de comunicación efectivo

A pesar de los resultados negativos que hemos visto hasta ahora, también existen datos positivos que alientan a esperar un mejor desempeño del perfil de Facebook de la Facultad en su interacción con los estudiantes. De los 253 encuestados 153 opinan que Facebook es un medio de comunicación efectivo, muchos han hecho consultas con respecto a temas académicos o económicos, obteniendo respuestas inmediatas por parte de los encargados de estas áreas, lo cual nos lleva a creer que con más difusión y un mejor plan para el uso de Facebook para informar puede resultar beneficioso para la Facultad.

4.4 Alumnos que sugerirían otros medios de comunicación para la Facultad

Los datos recogidos en este tema son muy parejos en cuanto a opiniones, de los 235 alumnos 119 sugirieron otros medios de comunicación y entre las opciones más pedida por los alumnos fue la red social Twitter, que por su rapidez y facilidad de uso atrae a los estudiantes.

Los 116 alumnos restantes, no sugerirían otro medio de comunicación ya que opinan que Facebook es suficiente.

4.5 Interacción de maestros y Directores de Carrera con los estudiantes por medio de redes sociales

La gran mayoría de estudiantes encuestados considera importante la participación de docentes y Directores de Carrera en las redes sociales para interactuar con los alumnos. Del total de 235 encuestados, 204 opinan que la comunicación se facilitaría gracias a las ventajas de las redes sociales, ya sea por medio de Facebook, Twitter u otro medio que haga posible esta interacción.

4.6 Interés por conocer noticias sobre actividades y eventos de la Facultad o Universidad

En este tema hay una gran respuesta positiva por parte de los alumnos encuestados, en la cual 212 estudiantes dicen estar interesados en conocer noticias sobre los eventos organizados por la Universidad o Facultad. Este es otro punto a favor con respecto al potencial de Facebook y otras redes sociales para informar e interactuar con los alumnos.

5. Recomendaciones

En base a toda la información recogida en esta investigación por medio de entrevistas, encuestas y observaciones, se plantean sugerencias y opciones para mejorar ciertos aspectos en la comunicación de la Facultad de Artes y Humanidades con sus estudiantes por medio de la red social Facebook, dentro de los puntos que se plantean mejorar están:

- La falta de interés de los estudiantes hacia las actividades y noticias concernientes a la Facultad de Artes y Humanidades.
- La difusión del perfil de Facebook de la Facultad a los estudiantes.
- La poca actividad del Facebook de la Facultad.

5.1 Falta de interés de los estudiantes

Iniciamos mencionando las sugerencias hechas por los entrevistados en esta investigación, como se muestra en la sección 3.4.2.

La Ing. Shirley Reyes sugiere que sería buena idea la participación de los estudiantes de las distintas carreras de la Facultad exponiendo sus trabajos tutoriales, de esa manera los alumnos nuevos pueden tener ideas más claras sobre sus carreras y los proyectos que se realizan.

Mientras que el Ing. David Hoyos sugiere organizar concursos entre los estudiantes de la Facultad para promover más participación y de esta manera más visitas al perfil de Facebook de la Facultad.

De igual forma el Msc. Yamil Lambert plantea apoyar a los estudiantes para desarrollar juegos para esta red social y así crear proyectos rentables.

Adicionalmente se sugiere motivar a los alumnos a presentar trabajos desarrollados en clases o iniciativas propias que puedan resultar novedosas y beneficiosas para los demás, publicando sus proyectos o ideas en el Facebook para darlas a conocer e incluso ofrecerles ayuda para poder desarrollar sus iniciativas.

5.2 Difusión del perfil de Facebook de la Facultad

A continuación se plantean sugerencias para ayudar a difundir más el Facebook de la y volverlo popular para lograr el objetivo de la Facultad el cual es tener a todos a la mayoría de estudiantes interactuando en su perfil de Facebook.

Se plantea utilizar estrategias SEO (Search Engine Optimization) para lograr una mejor ubicación del perfil de Facebook en los buscadores ayudando así a que reciba más visitas ya que según Dans “lo fundamental es tener una presencia fuerte, que permita a todo aquel que busque la marca encontrarla adecuadamente y situarla dentro de un conjunto de relevancia.” (2012, p.59)

El objetivo es lograr que la página sea fácil de encontrar, no solo a través del mismo Facebook sino por medio de buscadores como Google y consiga atraer a los estudiantes a unirse al Facebook de la Facultad ya que “la comunidad no es importante necesariamente por cuántos la componen (...) sino por quiénes la componen.” (Dans 2012, p.60)

Como se menciona en la sección 3.4.2.3, el Msc. Lambert considera importante tener un community manager con experiencia para que administre las redes sociales de la institución y cree que no puede ser un estudiante ya que se necesita experiencia para manejar los contenidos y sobre todo la interacción con los usuarios

“Se hace evidente la figura del Community Manager como administrador de los medios sociales, alguien que gestione sus cuentas y las campañas de comunicación dirigidas a públicos específicos.” (Guzmán 2013, p.357)

El papel del Community Manager en la universidad es crítico para ayudar a visibilizar sus investigaciones y publicaciones más destacadas, promocionar sus actividades y dinamizar la participación de los miembros de la comunidad académica desde el rigor y la profesionalidad. Las competencias de esta nueva figura emergente podrían orientarse a (Guzmán y Del-Moral, 2013):

- Gestionar eficazmente los perfiles oficiales de la universidad.
- Ser capaz de optimizar los procesos de comunicación interna y externa, es decir, entre los miembros de su propia comunidad académica y los de otras, e incluso la sociedad en su conjunto.

- Incrementar el alcance de la misma, aprovechando la actividad derivada de sus seguidores, bien sean investigadores, docentes, estudiantes, etc.
- Propiciar la participación de los distintos miembros que la integran para aprovechar las sinergias derivadas de los flujos de información e intercambio de experiencias para la construcción colaborativa del conocimiento.

Para presentar las opciones para dar a conocer una página, tomamos los siguientes datos de la página denominada “Ayuda para ordenadores” que ofrece el mismo Facebook.

Facebook ofrece herramientas para que las personas promocionen sus páginas por medio de anuncios que aparecen en la sección de noticias y en la columna del lateral derecho de Facebook. Estos anuncios motivan a los usuarios a indicar que les gusta tu página. Este tipo de servicio es pagado y sus precios varían dependiendo del número de personas a las que se quiere llegar. A continuación se muestran los precios:

- \$ 5 que dan un estimado de 3 a 24 likes o me gusta diarios.
- \$ 10 que dan un estimado de 5 a 47 likes o me gusta diarios.
- \$ 20 que dan un estimado de 11 a 95 likes o me gusta diarios.

El objetivo es lograr que la página sea fácil de encontrar, no solo a través del mismo Facebook sino por medio de buscadores como Google y consiga atraer a los estudiantes a unirse al Facebook de la Facultad ya que “la comunidad no es importante necesariamente por cuántos la componen (...) sino por quiénes la componen.” (Dans 2012, p.60)

De esta forma busca una mejorar y aprovechar al máximo el perfil de Facebook de la Facultad como medio de información.

5.3 Poca actividad del Facebook de la Facultad

El contenido es una parte primordial en la estrategia de comunicación por medio de Facebook, se sugiere que además de publicar temas con respecto al área académica o administrativa, también se tomen el tiempo de publicar información que resulte interesante para los estudiantes, para esto los Community Manager pueden ser parte esencial ya que deben mantener una constante búsqueda y actualización de contenidos de interés.

Otro tema de gran importancia es la participación de docentes y Directores de Carrera a través de Facebook para de esta manera tener un medio de comunicación más rápido entre ellos y los alumnos, por medio de comentarios o mensajes directos se establecerían formas de comunicación directa o incluso los Community Manager podrían ser un filtro de mensajes inadecuados u ofensivos, seleccionando de esta forma los más urgentes o importantes.

5.4 Uso de otras redes sociales

Se plantea que el uso de otra red social sería importante para el proceso de comunicación de la Facultad a sus alumnos y también se convertiría en un apoyo a la labor que se realiza por medio de Facebook.

De los 235 alumnos encuestados sobre el uso de otros medios de comunicación para la Facultad, el 51 %, es decir 119 estudiantes, respondieron que sí les gustaría usar otro medio para informarse o comunicar; entre los medios más sugeridos se encuentra la red social Twitter.

Twitter es una plataforma de microblogging creada como un proyecto de investigación en la empresa *Obvious* en el año 2006 con la categoría de blog. Dos de sus ventajas más importantes son la utilización de frases cortas (Chamberlin y Lehmann, 2011, Citado en Guzmán et al 2012) y la utilización de *hashtags* (has-halmohadilla y tag-etiqueta que representa un tema a seguir) para seguir conversaciones sobre un tema específico. (Guzmán et al 2012, p.28)

A continuación se mencionan los aspectos más relevantes sobre Twitter:

Esta red social permite publicar los comentarios, opiniones e ideas de las personas por medio de los denominados “tweets”, que deben ser escritos en máximo 140 caracteres. Como opciones adicionales Twitter también permite la publicación de imágenes y enlaces a sitios web, videos y otros temas que los usuarios deseen compartir, de esta manera las personas tienen la posibilidad de interactuar con los demás usuarios por medio de respuestas o comentarios a las publicaciones.

Otro de los aspectos importantes en Twitter son los “seguidores” que son otros usuarios interesados en los temas que se publican y siguen una determinada cuenta.

Los “retweets”, son una forma de compartir el contenido publicado por un determinado usuario hacia muchas más personas, se los considera otro punto importante ya que estos representan el interés de los demás usuarios hacia los “tweets” publicados y también son una forma de interacción con el usuario que publica contenido.

Los “hashtags” son palabras o frases que inician con el símbolo “#” y se utilizan para hacer referencia a personas o temas importantes que merecen ser destacados.

Twitter posee unas características idóneas para utilizarse en los procesos formativos, entre estas tenemos:

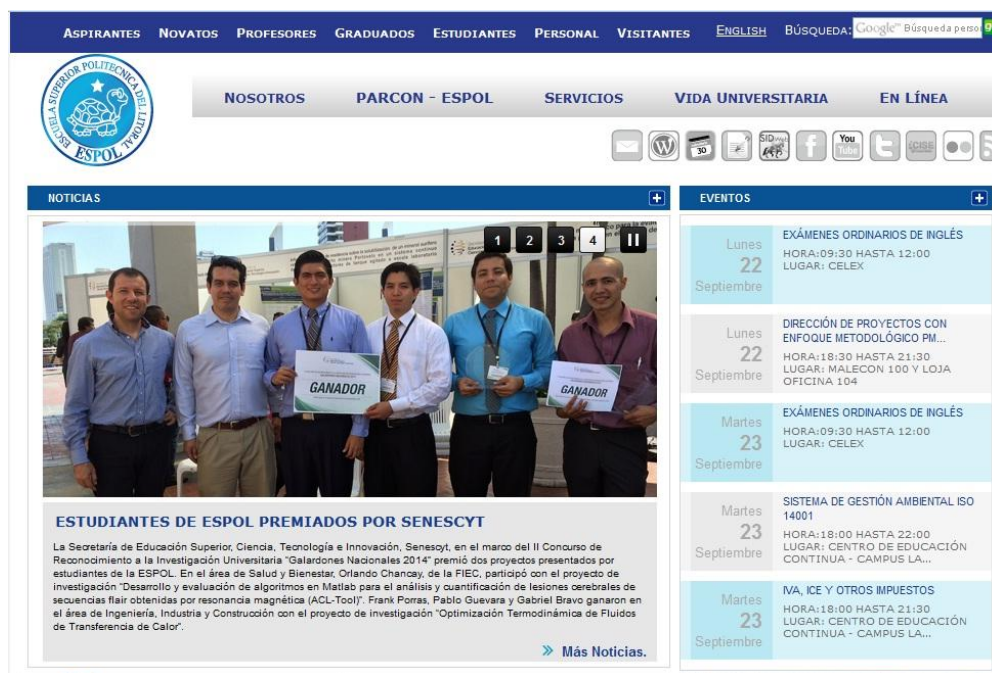
- Su ágil interacción entre profesores y alumnos (Junco et al., 2010; Stepanyan et al., 2010, Citado en Guzmán 2012, p.28)
- Accesibilidad permanente a mensajes en línea, donde los «seguidores» pueden leer, comentar y retransmitirlos participando desde lugares distantes (Stieger y Burger, 2010, Citado en Guzmán 2012, p.28)
- Generación de respuestas inmediatas y de documentación de una conversación o tema específico. Así como la contribución al aprendizaje permitiendo la consulta de resultados y monitorizarlos (Ebner et al., 2010, Citado en Guzmán 2012, p.28)

- Formato multimedia que facilita el aprendizaje y la rápida comunicación (Grosseck y Holotescu, 2010, Citado en Guzmán 2012, p.28)
- Facilidad para crear una comunidad interesada en un tema soportando la participación y los comentarios en conferencias y eventos. Además permite el contacto directo con los agentes educativos o con expertos de diferentes disciplinas (Holotescu y Grosseck, 2010, Citado en Guzmán 2012, p.28).

En definitiva Twitter es una buena opción para usar como alternativa o en apoyo al Facebook para difundir información de los temas que se consideren relevantes dentro de la Facultad y para mantener al día a los alumnos mientras se los motiva a interactuar.

5.5 Comparación con las redes sociales utilizadas por la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Como apoyo a las recomendaciones hechas se realizó una comparación con las redes sociales que utiliza la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) para la comunicación con la comunidad universitaria. Son varias las redes sociales por las cuales la ESPOL comparte información, entre las más relevantes tenemos Facebook, Twitter y Youtube.



The screenshot shows the website of the Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). The top navigation bar includes links for 'ASPIRANTES', 'NOVATOS', 'PROFESORES', 'GRADUADOS', 'ESTUDIANTES', 'PERSONAL', 'VISITANTES', 'ENGLISH', and a search bar. Below this is a secondary navigation bar with 'NOSOTROS', 'PARCON - ESPOL', 'SERVICIOS', 'VIDA UNIVERSITARIA', and 'EN LÍNEA'. A row of social media icons (Facebook, YouTube, etc.) is visible. The main content area is divided into two columns: 'NOTICIAS' and 'EVENTOS'. The 'NOTICIAS' section features a photo of six men in business attire, two of whom are holding 'GANADOR' (Winner) certificates. Below the photo is the headline 'ESTUDIANTES DE ESPOL PREMIADOS POR SENESCYT' and a short article text. The 'EVENTOS' section lists several events with dates and times, such as 'EXÁMENES ORDINARIOS DE INGLÉS' on September 22 and 'SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL ISO 14001' on September 23.

Imagen 2: Captura de pantalla de sitio web de la ESPOL

El Facebook de la ESPOL cuenta con 52294 fans o personas que la siguen y se realizan publicaciones con información académica, administrativa e incluso se anuncian oportunidades laborales. La información corresponde a las noticias y actividades de la Universidad y sus distintas Facultades además de otros temas de interés para los estudiantes. Un punto importante es la conexión que tiene el Facebook de la ESPOL con otras redes sociales como Twitter y Youtube.

La cuenta de Twitter de la ESPOL cuenta con más de 18000 seguidores y es utilizada para compartir el mismo tipo de información publicada en Facebook. Twitter resulta muy útil para compartir información, fotos y links a videos de Youtube y sitios web ya que al publicar mensajes cortos permite una rápida lectura de las noticias, comentarios y que los usuarios la compartan a más usuarios. En la sección 5.4 de recomendaciones podemos ver las características más importantes de Twitter.

Por último el canal de Youtube de la ESPOL que cuenta con 20443 suscriptores permite subir, almacenar y compartir videos a otras redes sociales. Los videos subidos corresponden a eventos, noticias y reportajes sobre la actualidad de la institución. Entre los videos existe un segmento denominado Informativo ESPOL el cual es producido por la Universidad con el objetivo de dar a conocer las novedades y demás temas importantes para la comunidad universitaria. Otra buena iniciativa es la publicación de videos tutoriales de docentes impartiendo sus clases los cuales son de mucha ayuda para los estudiantes quienes pueden ver los videos y reforzar sus conocimientos en varias materias.

El uso de estas tres redes sociales combinadas puede resultar muy beneficioso tanto para la institución como para sus alumnos ya que al llegar a un mayor número de personas utilizando medios actuales y novedosos a los cuales los alumnos se han adaptado, permite una mejor y más rápida interacción y también aumentar la presencia de las Universidades en las redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Arias F (2006) El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Recuperado de <http://goo.gl/jxxf2S>

Buckingham D, Martínez-Rodríguez J. (2013) Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar* nº 38, 10-13.

Bulchand J., (2002) Planes de sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones en la Universidades como medio de aprovechamiento al conocimiento: Aplicación al caso de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (Tesis doctoral) Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas.

Busquet J, et al (2011) El uso de las TIC y la brecha digital entre adultos y adolescentes. Encuentros y (des)encuentros en la escuela y en el hogar. (Tesis doctoral) Universitat Ramon Llull de Barcelona. Barcelona.

Espuny C, et al (2011, Enero) Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, vol. 8, núm. 1, 171-185.

Gómez M., Roses S. y Farías P. (2012, Marzo) El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar* nº 38, 131-138.

Guerrero J. (2012) Modelo de planeación estratégica de los espacios educativos tecnológicos a nivel de educación universitaria (Tesis doctoral) Universitat Rovira i Virgili. Tarragona.

Guzmán et al (2012, Junio) Usos de Twitter en las universidades iberoamericanas. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, Vol 11, 27-39

Guzmán A. (2013) Factores Críticos de Éxito en el uso de las redes sociales en el ámbito universitario: Aplicación a Twitter. (Tesis doctoral) Universitat Politècnica de València. Valencia.

León P, (2002) La innovación educativa. Recuperado de <http://goo.gl/5Cnyll>

Rodera A (2012) Criterios para la integración educativa de la web social en La Universidad. (Tesis doctoral) Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona.

Tomàs M, et al (2010) La cultura innovadora de las universidades (Tesis doctoral) Barcelona.

Torres M., y Paz K., (2006) Tamaño de muestra para una investigación de mercado. Boletín Electrónico No. 02, 1-13.

Túñez M., Sixto J., (2012, Julio) Las redes sociales como entorno docente: Análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Píxel-Bit*, nº 41, 77-92.

Turan Z, Tinmaz H y Goktas Y (2013) Razones por las que los alumnos universitarios no utilizan las redes sociales. *Comunicar* nº 41, 137-145.

ANEXOS

Entrevista a Ing. Shirley Reyes

1. ¿Cómo nació la idea de crear un perfil de Facebook para la FAH?

Conscientes de la necesidad de mantener informados a los clientes internos y externos de la Facultad de Artes Y Humanidades se efectuó con la ayuda de estudiantes la creación de un perfil de Facebook

2. ¿Cómo se difundió el Facebook de FAH a los estudiantes?

Por medio de correos electrónicos

Por anuncios en carteleras

Invitaciones a Facebook de los alumnos

Es caso que se utilizó otro medio, especifique cual _____

3. ¿Cuántas veces al día se publicaba información en Facebook (aproximadamente)?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

Solo cuando había actividades y/o noticias

4. ¿Tuvo buena acogida el Facebook de FAH por parte de los alumnos?

Si

No

¿Cómo se midió la acogida? los estudiantes empezaron a hacer consultas y a compartir eventos relacionados con sus carreras

5. **¿Cuáles eran las consultas más comunes de los alumnos de la FAH?**

Temas académicos

Temas económicos

Temas administrativos

Otros _____

6. **¿Las consultas de los alumnos recibían respuesta inmediata?**

Sí No

7. **¿Alguna vez hubo comentarios agresivos o críticas hacia la facultad u alguna autoridad?**

Sí No

Si la respuesta es sí, ¿Cómo se manejó la situación? .La Coordinadora Administrativa efectuó un comunicado en facebook donde indicó que la página era solo para uso académico-financiero y exponer consultas con el debido respeto a la Facultad, el cual fue muy bien acogido

8. **¿Se difundió el perfil de Facebook de la FAH de forma igualitaria a todas las carreras?**

Sí No

9. **¿Se intentó integrar a los maestros y directores de carrera de la Facultad al Facebook?**

Sí No

10. **¿Cuáles son las dificultades que encontró al usar este medio de comunicación con los estudiantes?**

No a todos los estudiantes les gusta leer comunicados y por consiguiente no visitan la página de Facebook de la Facultad por lo que se perdían de anuncios importantes como resoluciones Administrativas

11. De acuerdo a su experiencia, ¿a qué carrera pertenecían los alumnos más participativos?

- Carrera de Multimedia
- Carrera de Audiovisuales
- Carrera de Lengua Inglesa
- Carrera de Música
- Programa de Humanidad

<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

12. La efectividad de comunicación de la Red Social Facebook para usted ha sido:

- ALTA X
- MEDIA
- BAJA

13. ¿Qué aspectos opina que se pueden mejorar en el proceso de comunicación con los estudiantes?

- ✓ Buscar un mecanismo que permita hacer conocer a los nuevos y antiguos estudiantes que existe un medio de comunicación de la Facultad que permite mantenerlos comunicados de temas Académicos, Administrativos y Financieros
- ✓ Adicionalmente que exista participación de los estudiantes para exponer sus trabajos tutoriales de esa manera los alumnos nuevos pueden tener una idea mas clara de su carrera.

Entrevista a Ing. David Hoyos.

¿Cómo se utiliza el perfil de Facebook de la Facultad?

Utilizan el Facebook de la Facultad para difusión de eventos culturales de alguna carrera, de la Facultad, comunicados de la administración central hacia los estudiantes.

Los estudiantes no leen los correos enviados por la administración central y la información se publica en Facebook de la Facultad ya que tiene más respuesta de los alumnos.

La información que se publica está dirigida a los estudiantes de la FAH y personas interesadas, además se suben fotos y videos después de realizada la actividad para mostrarlas como evidencia.

Se invita a los alumnos a participar en las actividades gratuitas de la Facultad, es muy rara una actividad en la que se deba pagar algún valor.

¿Hay interacción de los estudiantes en el Facebook de la Facultad?

Los alumnos hacen consultas respecto a temas académicos o financieros y reciben respuesta inmediata, la coordinadora administrativa de la Facultad es la encargada de dar respuesta estos temas.

¿Cuántas publicaciones se hacen por día?

Las publicaciones en el Facebook dependen de las actividades que se desarrollen, solo se hacen publicaciones si hay alguna actividad y se revisa el Facebook diariamente para buscar consultas de alumnos.

¿Es buena la acogida de los alumnos al Facebook de la Facultad?

Opina que la acogida del Facebook de FAH por parte de los estudiantes ha sido promedio, sugiere un medio de comunicación más fuerte o usar más herramientas que ofrece Facebook, como el servicio pagado para difusión de información, pero no lo hace porque cree que llegaría a muchas más personas que no son su público objetivo.

En su opinión los estudiantes no muestran interés en el Facebook de FAH y además conoce que ciertos alumnos han creado sin autorización un sitio web

de la Facultad que contiene críticas e información de las actividades de la facultad.

La persona que administre el sitio web o Facebook de FAH debe tener el tiempo y responsabilidad de cumplir con su labor seriamente.

Se promueven todas las carreras por igual, incluso las actividades del área de humanidades que a pesar de no ser una carrera se les da espacio para publicar sus actividades.

¿Han recibido críticas por medio del Facebook? ¿Cómo se manejó el tema?

Han tenido casos de críticas o comentarios ofensivos hacia la facultad pero esos asuntos no los manejan en el mismo Facebook si no que escriben al o los involucrados y los reciben para hablar y conocer cuáles son sus quejas y darle una solución. Si los comentarios en Facebook persisten, no se les presta atención.

No se hacen publicaciones relacionadas a partidos políticos en la universidad, solo se consideran las actividades propuestas por alumnos.

¿Recomendaría otros medios de comunicación con los alumnos?

Para mejorar el servicio de comunicación de FAH recomienda usar más herramientas que ofrece Facebook y sugiere usar otro medio como Twitter.

¿Se consideró incluir a maestros y Directores de Carrera en el proceso de comunicación por Facebook?

No se ha considerado incluir a los maestros en el proceso de comunicación por medio de Facebook, considera que mejoraría la interacción entre alumnos y maestros.

Cree conveniente que los directores de carrera se involucren más en el proceso de comunicación con los estudiantes por medio de Facebook ya que incrementaría el interés de los alumnos y sería una forma más accesible para que los alumnos puedan contactarse con ellos, a pesar de que los directores de carrera también responden consultas de estudiantes por medio de correos electrónicos y atendíéndolos personalmente cuando tienen tiempo.

¿Cree que hay desinterés por parte de los alumnos?

Varios estudiantes le han comentado que no leen los correos enviados por la FAH y que no revisan el Facebook de FAH.

Opina que el desinterés de los estudiantes no sólo es hacia el Facebook de FAH sino también en otros aspectos como la revista de la Facultad que recibe trabajos y aportes de los estudiantes y son pocos los que participan.

En comparación con la cantidad de alumnos inscritos en la Facultad, son pocos los que siguen el Facebook de FAH, el objetivo es que todos los alumnos estén involucrados con el perfil de Facebook de la facultad.

No se ha tomado la iniciativa de invitar a los estudiantes para que formen parte de la comunidad de Facebook de FAH sino que se espera que los estudiantes sean los que se interesen.

¿Cómo cree que se puede atraer a los estudiantes a seguir el Facebook?

Propone la idea de organizar un concurso entre los estudiantes para crear un juego y poder publicarlo en Facebook y lograr más participación de los estudiantes y más visitas al perfil de FAH.

Los directores de las carreras no tienen relación con el Facebook de la Facultad pero suelen pedir que se publique cierta información. Un tema aparte es la carrera de lengua inglesa que ha creado una fan page en Facebook, exclusiva de su carrera, alegando que quieren tener más independencia, pero aun así la FAH sigue publicando información sobre las actividades de la carrera de lengua inglesa en su Facebook.

¿Ha visto más interés en informarse en alumnos antiguos o nuevos?

Los alumnos que muestran más interés por informarse sobre temas de la FAH son alumnos de últimos ciclos, mientras que los de primeros ciclos muestran muy poco interés. Uno de los objetivos sería lograr que los alumnos nuevos se interesen en las noticias y actividades de la FAH y así ya crecerían conociendo y utilizando este medio y a su vez los demás estudiantes seguirían el ejemplo.

Entrevista a Msc. Yamil Lambert

¿Es posible usar las redes sociales efectivamente en el ámbito educativo? Específicamente Facebook.

Es un tema polémico porque estas tecnologías nacen con la web 2.0, término que se utiliza desde 2004, donde intervienen las denominadas wikis, blogs, video blogs (Youtube) y redes sociales.

No tiene dudas de que la web 2.0 colabora con los docentes pero se usa muy poco, esto depende mucho del profesor y considera que docentes de generaciones anteriores y de especialidades distintas, tienen conocimientos básicos de estas herramientas, ya que al desempeñarse en el área informática el Msc. Lambert cuenta con los conocimientos y experiencia para usarlas efectivamente, y para lograr que los maestros se den cuenta de la importancia y potencial de las redes sociales sugiere la capacitación.

¿Facebook es un medio de comunicación efectivo para la interacción de alumnos, docentes y administradores de la Facultad en los campos académicos y administrativos?

Existe una brecha digital entre alumnos y docentes, los jóvenes prácticamente nacen con las redes sociales y las dominan mientras los maestros en su mayoría no se acoplan al uso de las mismas y no las ven como herramienta de apoyo para el aula de clase.

Una de las opciones para superar esta brecha digital es la capacitación y así poder usar redes sociales como Facebook que es un medio de comunicación que permite al docente comunicarse con sus alumnos, asignar tareas, compartir archivos, crear una fan page o grupos por medio de los cuales puede reunir a sus estudiantes siendo el docente quien administre la página.

El grupo de Facebook serviría para postear información, links a blogs, revistas académicas o a otras redes sociales como Youtube.

Twitter entraría como medio de comunicación más rápido con los estudiantes, para hacer consultas puntuales.

Estas herramientas se utilizaban sólo en la web, es decir que para poder saber si alguien se ha comunicado conmigo tenía que entrar a Facebook para

enterarme, pero ahora que también se las usa en dispositivos móviles podemos comunicarnos de forma instantánea.

¿Qué beneficios daría Facebook a la Facultad si se lo utiliza en estas áreas?

Las redes sociales sí pueden ser usadas en el ámbito académico, pero opina que deben ser combinadas para aprovecharlas de mejor forma. El Msc. Lambert utiliza Youtube, Facebook y Twitter para compartir información; por ejemplo en Youtube publica videos de interés para los estudiantes (tutoriales) que luego son compartidos por medio de Facebook y Twitter en los cuales también se puede comentar y generar debates.

¿Cree que los alumnos se verán atraídos a utilizar esta red social para temas académicos?

Sugiere aplicar estrategias para motivar a los alumnos, como ejemplo, aprovechar Facebook proponiendo a los estudiantes desarrollar juegos para esta red social y así crear proyectos rentables.

Se puede proponer que los docentes escriban artículos para que sean publicados en el Facebook con el objetivo de tener contenido que llame la atención de los estudiantes y conseguir que sigan la página o fan page de la Facultad. Otra sugerencia puede ser vincular con Facebook la cuenta de Youtube del canal de la Universidad para publicar sus videos.

¿Es necesario elaborar algún plan de trabajo al implementar el uso de Facebook como medio de comunicación?

Se deben aplicar estrategias de social media para atraer a los estudiantes, el administrador o community manager de la página debe tener una estrategia para publicar información y lograr que valga la pena seguir a la página por sus contenidos.

¿Considera necesarios usar estrategias, community manager u otra forma para atraer estudiantes y popularizar el perfil de Facebook de la Facultad?

El Facebook de una Facultad o Universidad debe ser tratado como una marca, es necesario usar estrategias de social media y crear contenido de interés.

Sería importante tener un community manager con experiencia para que administre las redes sociales de la institución. Considera que no puede ser un

estudiante ya que se necesita experiencia para manejar los contenidos y sobre todo la interacción con los usuarios y la forma en que se abordan los problemas o críticas que puedan surgir porque esto expone la marca de la Universidad ante la sociedad.

Modelo de encuesta a estudiantes de la Facultad de Artes y Humanidades

1. ¿A qué carrera pertenece?

Multimedia		Audiovisuales		Música		Lengua Inglesa	
------------	--	---------------	--	--------	--	----------------	--

2. ¿En qué ciclo se encuentra?

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

3. ¿Está enterado de que la Facultad de Artes y Humanidades tiene un perfil de Facebook para comunicar e informar sobre su gestión académica y administrativa?

Sí No

4. Si la respuesta es sí, ¿Sigue el Facebook de la Facultad para mantenerse informado de las actividades académicas y administrativas o para hacer consultas respecto a estos

temas

Sí No ¿Por qué

no?.....

5. ¿Cree que el Facebook es un medio de comunicación efectivo?

Sí No

6. ¿Qué otros medios utiliza para estar informado sobre actividades de la Facultad?

Correos electrónicos enviados por la Facultad Carteleras publicadas en la Facultad

Llamadas telefónicas a secretaría Por medio de amigos y compañeros

7. ¿Sugeriría otros medios de comunicación para que la Facultad se comuniquen e informe a sus alumnos?

Sí ¿Cuál/es? No

8. ¿Considera importante la interacción de maestros y Directores de carrera con los estudiantes de la Facultad por medio de Facebook o alguna otra red social?

Sí ¿Por qué?.....

No ¿Por qué?.....

9. ¿Le interesa conocer noticias y participar en actividades y eventos de su Facultad o Universidad?

Sí No

