

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSÍ
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

TÍTULO:

**“ANÁLISIS DE LA NORMATIVA EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN REDES
SOCIALES EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR:
UASLP Y FCA 2018 - 2019”**

SUSTENTANTE

L.A. LAURA MARCELA MENDEZ COMPEAN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN CON ÉNFASIS EN GESTIÓN PÚBLICA

DIRECTOR DE TESIS

DR. MARIO EDUARDO IBARRA CORTÉS

SAN LUIS POTOSÍ., S.L.P. A NOVIEMBRE DE 2021

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSÍ
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Tesis

**“ANÁLISIS DE LA NORMATIVA EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN REDES
SOCIALES EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR:
UASLP Y FCA 2018 - 2019”**

Que presenta:

LAURA MARCELA MENDEZ COMPEAN

Para obtener el grado de:

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN CON ÉNFASIS EN GESTIÓN PÚBLICA

Dr. Mario Eduardo Ibarra Cortés

Director

Dr. Miguel Ángel Vega Campos

Asesor

Dra. Adriana Eugenia Ramos Ávila

Asesora

San Luis Potosí, S.L.P. Noviembre 2021



Analisis de la Normativa en la Comunicación Digital en redes sociales en una Institución Pública de Educación Superior: UASLP Y FCA 2018 - 2019 by Laura Marcela Mendez Compean is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSÍ
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

La que suscribe Laura Marcela Mendez Compean, en el carácter de autora y titular de la tesis que lleva por nombre: **“Análisis de la normativa en la comunicación digital en redes sociales en una Institución Pública de Educación Superior: UASLP y FCA 2018 - 2019”** en lo sucesivo “La obra”, autorizo a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí para que lleve a cabo la divulgación de la obra en formato físico y electrónico y sin fines de lucro.

La Universidad Autónoma de San Luis Potosí, se compromete a respetar en todo momento mi autoría y a otorgarme el crédito correspondiente.

San Luis Potosí, S.L.P. a Noviembre de 2021

Atentamente

Laura Marcela Mendez Compean

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSÍ
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Aclaración

El presente trabajo que lleva por título “**Análisis de la normativa en la comunicación digital en redes sociales en una Institución Pública de Educación Superior: UASLP y FCA 2018 - 2019**” se realizó entre enero del 2019 y enero del 2021, bajo la dirección del Dr. Mario Eduardo Ibarra Cortés.

Originalidad

Por este medio aseguro que he realizado este documento de tesis para fines académicos sin utilizar otros medios más que los indicados y sujetándome a la normativa de la Institución.

Las referencias e información tomadas directa e indirectamente de otras fuentes se han definido en el texto como tales y se ha dado el debido crédito de las mismas.

La autora exime a la UASLP de las opiniones vertidas en este documento y asume la responsabilidad total del mismo.

Este documento no ha sido sometido como tesis a ninguna otra institución nacional o internacional en forma parcial o total.

Si se autoriza a la UASLP para que divulgue este documento de tesis para fines académicos.

Atentamente

Laura Marcela Mendez Compean

DEDICATORIA

“A los jóvenes profesionistas e investigadores que experimentan placer por vivir en una cotidianeidad altamente digitalizada, donde diversos aparatos salen y entran de actividades constantemente (computadoras, Internet, laptops, videojuegos, smartphones, etcétera), incluso en la actualidad las redes sociales digitales se han convertido en recursos fundamentales de expresión e interacción social entre los jóvenes; ya que a través de ellas pueden realizar actividades lúdicas y de entretenimiento, así como llevar a cabo prácticas de socialización, o el estar en contacto con personas cercanas a su vida cotidiana, recuperar la comunicación con familiares y amigos, así como establecer nuevas amistades e incluso encontrar pareja.”

La tecnología ahora en materia de información, se han convertido en la primera fuente de contenidos.

AGRADECIMIENTOS

A la UASLP, quien iba decir que ya son nueve años de permanecer a esta noble Institución, que me abrió las oportunidades desde estudiante y ahora como trabajadora.

A la Facultad de Contaduría y Administración en donde he podido desarrollar muchas habilidades y adquirido nuevas oportunidades para mi trabajo. Donde he podido permanecer y conocido tantos maestros, alumnos a lo largo de mi camino como profesionista.

Al depto de Innovación Educativa, en especial a los Ingenieros Eduardo e Ignacio quienes gracias al crecimiento del departamento, pude desarrollar este tema de tesis.

A mi Familia, por ser siempre quien me inculcaron desde pequeña los valores morales y eticos, la responsabilidad y la dedicación al trabajo.

A Dios por ser quien permitió cada una de las facetas que vivi durante estos años del ir y venir como estudiante de posgrado, por darme cada una de las virtudes y dones que me dio desde que nací.

A mi misma, por que este camino profesional cada dia esta lleno de mucho esfuerzo, creatividad, empatia, trabajo duro por que se que así se logran las mejores recompensas y cada paso que le he dado esta lleno de amor.

Índice

Capítulo 1 “La comunicación digital a través del mundo universitario sus formas y aspectos a conocer”	11
1.1 Antecedentes.....	13
1.2 Problema de Investigación.....	14
1.3 Objetivo General.....	16
1.3.1 Objetivos Específicos	16
1.4 Pregunta General.....	17
1.4.1 Preguntas Específicas.....	17
1.5 Justificación	18
1.6 Delimitación.....	19
1.7 Supuesto.....	19
1.8 Conclusión preliminar.....	20
Capítulo 2 “La Gestión de la información en la comunicación digital, sus aspectos legales y normativo”	21
2.1 Legislación Federal INAI (IFAI).....	21
2.2 Legislación de la comisión estatal de garantía de acceso a la información pública (CEGAIP)	27
2.3 Marco normativo de la información pública de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	30
2.4 Proceso de gestión pública de la información en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	34
2.5 Sistema integral de información académica y administrativa.....	35
2.6 Transparencia de la administración	36
2.7 Tecnologías de la información.....	37
2.8 La Comunicación en la organización.....	40
2.9 Medios de comunicación en las Universidades Públicas.....	43
2.10 Herramientas digitales de comunicación	45
2.11 Redes sociales	50
2.12 Facebook.....	56
2.13 Teoría organización como sistema.....	62
2.14 Teoría general de la acción	63
2.15 Procesos de modernización administrativa.....	64

2.16 Procesos de modernización administrativa.....	65
2.17 Las Instituciones de Educación Públicas	66
2.18 La Organización en las instituciones de educación superior	68
2.19 Gobierno abierto e innovación tecnológica	71
2.20 Comunicación social en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.....	73
2.21 Indicador PIDE en el área de comunicación digital de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	75
2.22 Indicador PLADE en la estrategia de comunicación e identidad en la Facultad de Contaduría y Administración.....	79
2.23 Conclusiones preliminares	83
Capítulo 3 “La Evidencia del proceso de comunicación digital, una documentación necesaria”	84
3.1 Investigación documental	84
3.2 Estadísticas de Facebook	86
3.3 Análisis del área de comunicación digital	89
3.4. Proceso de la información en comunicación digital de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	90
3.5 Proceso de la información en la difusión y comunicación de la Facultad de Contaduría y Administración.....	93
3.6 Conclusiones preliminares.....	93
Capítulo 4 “Conclusiones que determinaron la comunicación digital en las redes sociales”	94
4.1 Conclusión final	94
Referencias bibliográficas.....	100

Introducción

El objetivo de la presente tesis es hablar de las tendencias en comunicación digital en base desde las teorías de la organización que pueden involucrarse con el comportamiento y conocimiento de las redes sociales hasta el involucramiento del gobierno abierto con estas nuevas tecnologías.

A través de la gestión de la información sobre las redes sociales, se plantea que es indispensable un manual que pueda ser usado por cualquier institución pública el cual pueda tener un mejor alcance acerca de la difusión de la comunicación digital.

Esta tesis documenta como desde el ámbito de la administración pública, la información puede ser procesada de manera digital; todo esto con el objetivo de analizar y comprobar la importancia de las redes sociales, específicamente el uso de la red social Facebook en el ámbito universitario. Dentro de los objetivos está plantear el uso de esta herramienta digital en la vida académica de los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración perteneciente a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Así mismo, se plantea realizar un manual que pueda ser de utilidad por la institución para delimitar el uso de esta red social en los alumnos para que el aprovechamiento escolar pueda ser alcanzado y evitar o aminorar el bajo desempeño de los alumnos.

En las siguientes paginas se desglosa cada uno de los capítulos que contiene este documento, en el cual dará a conocer en el capítulo 1 descubrimos la problemática que todo procesos de comunicación atraviesa en las organizaciones, con las áreas que la conforman y se especifica el fenómeno de las redes sociales en las instituciones de educación superior su impacto en la educación y su aprovechamiento como herramientas de aprendizaje; pero sobre todo como un medio de comunicación entre la institución y la comunidad (alumnado, docentes, personal y público en general).

En el capítulo 2 se fragmenta cada una de las normativas y políticas públicas iniciando desde lo general a lo particular, tales como los organismos estatales y municipales y que tienen intervención dentro de las tecnologías de la información: normas, transparencia, procesos de gestión de la información, administración pública, etc.

Se habla de términos conceptuales como los medios de comunicación en la era¹ 2.0, el uso de las herramientas digitales, siendo la de más importancia: Facebook. Se entiende y justifica que las teorías organizacionales en el mejor de los casos es la sistemática, con un enfoque de acción. C. Argyris y D. Schön (1978) tratan de explicar el cambio y el aprendizaje organizacional mediante una teoría que concibe al individuo como un ser que conscientemente determina sus acciones, las ejecuta y luego evalúa los resultados pertinentes. Cuando las consecuencias de la acción prevista responden a sus intenciones, adoptará el esquema correspondiente optando por modificarlo cuando los resultados le son contrarios o adversos. Recordando que parte de la premisa de que el diseño de la acción a concretar requiere que los individuos (agentes) elaboren, además de representaciones simplificadas del ambiente, un conjunto manejable de teorías causales que prescriban cómo lograr las consecuencias deseadas (metas). Y por último se dieron a conocer los últimos términos en la administración pública que son las instituciones públicas en la educación y el gobierno abierto como una parte central de esta tesis.

Basado en este el capítulo 3 se evidenció la parte documental de la investigación en donde se conoció por medio de una entrevista indirecta la cual fue tomada como única evidencia crítica de la información pertinente del área correspondiente de la UASLP su proceso de información para difundir a los canales electrónicos. Sin dejar a un lado información importante que las estadísticas de la misma red social de Facebook nos ofrecen para difundir; No olvidando que esta es una investigación de tipo documental.

Para la realización de esta tesis se recolectaron datos e información provenientes de fuentes primarias en el caso de artículos científicos y libros publicados recientemente nacionales e internacionales, así como también se obtuvo información de fuentes secundarias tales como enciclopedias y algunos artículos que interpretan otros trabajos e investigaciones, todas estas fuentes permitieron establecer los antecedentes y el marco teórico del trabajo.

En el último apartado, que corresponde a las conclusiones habla de la época en la que vivimos, se observa que con el uso de las redes sociales y en particular Facebook con fines educativos se incrementará, para ello es necesario que las autoridades y las personas

¹ Era de la comunicación 2.0 es aquella que gestionan las organizaciones y marcas en el entorno digital para optimizar y generar su reputación

involucradas en proporcionar información mediante las tecnologías digitales sigan cierta normatividad para que esta información llegue de una manera clara y segura a las demás personas. Lo más importante es que un ajuste en las estrategias para eficientizar los procesos de comunicación digital sirvan a la institución y a los involucrados de manera tal que no sólo pueda haber beneficio educativo sino social que se traduzca en un servicio a la comunidad en general.

Capítulo 1 “La Comunicación digital a través del mundo universitario sus formas y aspectos a conocer”

En este capítulo se abordará como es que la comunicación, particularmente de tipo digital se lleva a cabo en las universidades. Analiza de manera puntual el entorno de la UASLP con respecto al uso de la red social Facebook, se establecerá el planteamiento del problema que llevó a la realización de la presente tesis, los objetivos y preguntas de este trabajo. De igual manera justifica los motivos del porque creemos que es necesario un análisis de la normativa en la comunicación digital en redes sociales en la FCA. Delimita la población de estudio y manifestaremos el supuesto de porque hasta la fecha no se cuenta con dicho modelo.

El objetivo para este capítulo es dejar en claro la necesidad de conocer que normas rigen el uso de las redes sociales en nuestra universidad y en particular el uso de Facebook en la FCA; se cree que tratando de manifestar estas inquietudes por medio de hechos y análisis se puedan generar mejores políticas y reglamentos que las rijan.

1.1 Antecedentes

En la actualidad, la implementación de las redes sociales en las organizaciones ha aumentado de manera impactante. El crecimiento y la consolidación de los entornos digitales han demostrado que el potencial de la transformación digital es mucho mayor, y especialmente estratégico. Las empresas que triunfan, emplean las nuevas tecnologías para transformar los propios manuales de uso de los negocios y sus áreas, y así aprovechar las oportunidades para generar mejores experiencias de fidelidad con sus clientes (Villaseca Morales, 2014).

Las redes sociales se han universalizado, con esto se pretende decir que la mayoría de los estudiantes las han incorporado plenamente en sus vidas (personal y académica). Estas redes se han convertido en la herramienta idónea 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. El uso de redes sociales implica llevar la información y formación al lugar que los estudiantes asocian con entretenimiento, y donde es posible que se acerquen con menores temores (Alonso y Muñoz de Luna, 2010).

De La Torre (2009), señala que no es una pérdida de tiempo para los jóvenes navegar por internet o el uso de redes sociales, ya que están asimilando competencias tecnológicas y comunicativas muy necesarias para el mundo contemporáneo; su uso no es meramente social, sino que sirve como un espacio que funciona como una vía de comunicación, información y entretenimiento. Las redes poseen un enorme potencial para el ámbito educativo, reportándose evidencias de que los estudiantes presentan un impacto positivo con respecto al uso académico de las redes sociales en el ámbito universitario.

Es así, bajo este contexto que las Universidades están saliendo del modelo tradicional de comunicación y la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), no es la excepción, la finalidad de esta transformación es la de crear lazos y fortalecimiento entre su comunidad universitaria y no universitaria.

Según el último informe anual 2018 – 2019 del Ex Rector el Mtro. Arq. Fermín Villar Rubio en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí el 77% de las entidades académicas están utilizando las TIC,s para mejorar los procesos de enseñanza y de aprendizaje; como parte del uso de esta herramienta, se desarrollan proyectos especiales y se crean grupos de trabajo como academias y consejos técnicos que agilizan la comunicación y desarrollan sus actividades de manera dinámica y ágil. Por otra parte, el 60% de los programas educativos han incorporado espacios virtuales de aprendizaje desde el currículum donde más de 520 profesores se han capacitado, o están en proceso de hacerlo, esto último con el fin de entender el uso adecuado de las tecnologías digitales incluyendo las redes sociales. Al final esto refleja y se traduce en la integración de la innovación educativa.

1.2 Problema de Investigación

En la actualidad, dicha herramientas digitales, redes sociales ya se ha posicionado de manera muy reveladora en la sociedad, sobre todo para los jóvenes. Para la generación que nació cuando ya existía el entorno virtual, es muy difícil pensar e imaginarse cómo era la vida sin Internet en la época de los sesentas o setentas. Es más, es inimaginable cómo sería posible hoy vivir sin el correo electrónico, los teléfonos móviles, una computadora (de escritorio o portátil) o, incluso, el Facebook o Twitter. Dónde se enterarían de las noticias de sus amigos

o el acontecer mundial, dónde se entretendrían en los tiempos libres, dónde se informarían, dónde se comunicarían. En fin, qué se haría con una computadora o un teléfono inteligente o una tablet sin acceso a Internet. En realidad, cualquier no sabría exactamente qué contestar ante estas interrogantes.

Y es que de hecho, el 74% de usuarios en Internet son menores de 24 años; es decir, las Tecnologías de la Información son más consumidas por los jóvenes (sobre todo estudiantes), que por los adultos (Páez, 2006).

Esto ha llevado a la constante evolución de las redes sociales, y la implementación de estas en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí ha generado esto un nuevo medio de comunicación interna y externa, tanto en sus dependencias como en su transparencia de la información pública; de esto se ha derivado que haya nuevas maneras de procesar la información que se tiene para nutrir las redes sociales, siendo la principal Facebook la que cuenta con más impacto actualmente. En la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, las fanpage² son quienes administran las redes sociales, sin embargo no se encuentra reglamentado, por lo tanto no existe una norma en la que bajo ninguna política institucional, se formen las redes sociales de las Instituciones de Educación Superior.

La mala segmentación así como la mala comunicación internamente entre áreas y dependencias ha causado conflictos administrativos entre las llamadas “fan page” que forman parte de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (paginas oficiales de Facebook), a esto se puede añadir que los procesos de gestión pública en la información digital están ausentes; la falta del marketing digital y la inadecuada utilización de las plataformas, tecnologías y herramientas digitales por parte de las Instituciones de Educación Superior sumado a las deficientes estrategias de los procesos de gestión pública de la información digital hacen parte de los motivos por lo cual se pretende realizar el presente estudio de caso en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y particularmente en la Facultad de Contaduría y Administración.

Este primer punto nos lleva a pensar que es sumamente importante empezar a crear investigaciones que permitan estudiar este fenómeno. Sobre todo, se habla de conocer por

² Fanpage es una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de Facebook (fan page = página para fans, en traducción literal).

qué esta herramienta de comunicación se ha vuelto sumamente necesaria, a tal grado de verla como parte integral de nuestro diario quehacer laboral, personal y social.

Como ya se mencionó, en el área de marketing muchas instituciones están aprovechando el gran auge de las redes sociales para llegar a un público difícil: los jóvenes. Es decir, desde varias ciencias o campos de estudio están empezando a estudiar el fenómeno para aprovecharlo al máximo.

Si lo vemos desde el punto de vista de la comunicación, poco se sabe sobre estrategias digitales. Este tema es poco visto, pero con mucho interés, sobre todo para las Instituciones de Educación Superior. A este sector de la sociedad le interesa conocer sobre estrategias digitales aplicadas a las redes sociales, para poder ganar seguidores.

1.3 Objetivo General

El objetivo general son los logros que se quieren alcanzar a través del trabajo; por lo tanto para llegar a este se determina en conocer las normas, políticas y reglamentos que se deben implementar en las Instituciones de Educación Superior en la administración de las redes sociales: Facebook, para un mejoramiento de la comunicación digital.

1.3.1 Objetivos Específicos

- Analizar los procesos de comunicación digital de la información de la Instituciones de Educación Superior de las paginas oficiales de la Universidad Autonoma de San Luis Potosí y la Facultad de Contaduría y Administración de Facebook.
- Conocer los actores de la realidad pública que intervienen en los procesos de comunicación digital de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Desglosar el proceso de la difusión de la información que lleva a cabo la Facultad de Contaduría y Administración.

- Evidenciar como se lleva a cabo el procesos de comunicación digital de la información que llega a la Universidad Autonoma de San Luis Potosí y la Facultad de Contaduría y Administración y como se determina.

1.4 Pregunta General

¿Cuáles son las normas, políticas y reglamentos que se deben implementar en las Instituciones de Educación Superior en la administración de las redes sociales: Facebook, para un mejoramiento de la comunicación digital?

1.4.1 Preguntas Especificas

Las preguntas de investigación son la expresión formalizada de los problemas o inquietudes que la investigación quiere resolver o abordar. Articulan el conjunto de cuestiones, dudas y curiosidades que tenemos sobre el tema. Las preguntas deben de ser prácticamente solucionables y expresarse de manera clara y específica, sin ambigüedades o contradicciones. Por supuesto, deben responder a los intereses, pero también deben abordar inquietudes que otros miembros de su comunidad académica consideren de interés, o asuntos cuya solución, reflexión y tratamiento, signifique un aporte para ella: toda investigación se inserta en un espacio social.

Se espera que la investigación revise críticamente lo que se ha dicho o hecho sobre ese asunto y diga o haga cosas diferentes sobre el mismo, o por lo menos que expanda esa mirada crítica.

(Rojas Soriano, Raúl. 2006.)

- ¿Cómo son los procesos de comunicación digital de la información que tienen las Instituciones de Educación Superior de las paginas oficiales de la Universidad Autonoma de San Luis Potosí y la Facultad de Contaduría y Administración?
- ¿Quiénes intervienen dentro del proceso de comunicación digital para difundir la información en las instituciones de Educación Superior: La Universidad Autónoma de San Luis Potosí?

- ¿Cuáles son las categorías que intervienen para realizar el proceso de la información en los procesos de comunicación digital?
- ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para efficientizar los procesos de gestión pública de la información para las comunicaciones digitales de la Universidad Autonoma de San Luis Potosí y la Facultad de Contaduría y Administración?

1.5 Justificación

Las sociedades están basadas en procesos de comunicación. Las ideas, las historias, los conocimientos, entre otros, se transmiten y evolucionan en el espacio y el tiempo constantemente; como ya se mencionaba anteriormente, en la actualidad estamos utilizando una nueva forma de comunicarnos. Esta nueva forma nos permite conocernos mejor dentro de la sociedad virtual. Muchas personas se están dando cuenta de acontecimientos sociales, políticos y culturales a través de las redes sociales y no por los medios tradicionales de comunicación.

Se está inmerso dentro de un entorno cada vez más competitivo y cambiante, donde las personas exigen mayor y mejor información, por ende, es necesario buscar nuevas e innovadoras formas de comunicación en la que se genere una mayor experiencia de consumo, favoreciendo la relación y la fidelización de los clientes. (Lluilema, Luis Alberto 2017).

La Universidad Autonoma de San Luis Potosí es una institución de más de 96 años de antigüedad que poco a poco ha ido trascendiendo a través del tiempo y que ha observado la evolución de las sociedades en las formas de comunicación. La Universidad no está exenta ni cerrada a las nuevas tecnologías en las que se recurre para la comunicación digital de esta época y ya que pertenece a una institución de educación pública a esto se le llama procesos de gestión de la información lo cual puede generar nuevos puestos de trabajo que anteriormente no existían.

Dentro de los procesos de gestión de la información en las Instituciones de Educación Superior que cuentan con espacios virtuales digitales se ha visto que estas áreas son a las que se les presta una menor atención, esto debido a que no se cuenta con manuales específicos

para incurrir en estas actividades, esto último ha desencadenado que se necesite estructurar de una manera más eficaz y profesional un involucramiento de esta nueva área de comunicación digital que puede ayudar a fortalecer la comunicación entre departamentos y facultades.

1.6 Delimitación

El presente trabajo está determinado que ayudará a las redes sociales de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, dando más cuidado a la fan page oficial que se maneja directamente en la universidad; se tomará como tiempo establecido el penultimo período (2018 -2019) del ex rector el Arq. Manuel Fermín Villar Rubio , dándole más fuerza a la comunicación digital e imagen a la Universidad.

Es fundamental destacar la importancia de la comunicación entre las Instituciones de Educación Superior, en este caso la Universidad Autonoma de San Luis Potosí y sus dependencias y facultades; para este estudio nos enfocamos en la Facultad de Contaduría y Administración, en la que a partir del año 2006 empezó a implementar las redes sociales dentro de su comunicación, esta Facultad ha destacado por su participación como Facultad en la que se preparan a futuros administradores, mercadólogos y administradores públicos; se espera que este estudio pueda ser modelo de guía para la propuesta de realizar un nuevo proceso de comunicación digital en las Instituciones de Educación Superior y en particular la Universidad.

1.7 Supuesto

El supuesto de este trabajo sostiene que no se cuenta con un modelo de planeación enfocado en los manuales de uso de redes sociales como Institución de Educación Superior existiendo una carencia de profesionalización; por coloquial que pueda escucharse, el personal administrativo es el que toma la iniciativa de hacer uso de estas nuevas tecnologías, para eficientizar la comunicación entre departamentos, alumnado y público general.

1.8 Conclusión preliminar

Para terminar este capítulo se reiterará que la educación actual necesita de las herramientas digitales así como de las redes sociales, la mayoría de alumnos y maestros conocen el funcionamiento de estas redes de comunicación digital, sin embargo, no siempre se usan con la adecuada finalidad, en este trabajo como mencionamos anteriormente, nos enfocaremos en la red social Facebook que es la plataforma de este tipo más utilizada y la más conocida. Queremos dejar en claro la utilidad de una normatividad y reglamento para su uso en la UASLP enfocándonos primeramente en la FCA. Quizá nuestros resultados puedan ser útiles para otras facultades dentro de la Universidad de esta manera que sirvan como un marco de referencia para mejorar la comunicación que se realiza de manera digital entre las autoridades, profesores y alumnos.

Capítulo 2 “La Gestión de la información en la comunicación digital, sus aspectos legales y normativo”

En este capítulo se dará a conocer el conjunto general de normas, criterios, metodologías, lineamientos y sistemas, que establecen la forma en que deben desarrollarse las acciones para alcanzar los objetivos propuestos en el capítulo 1. El objetivo es mostrar qué lineamientos existen en México, en nuestro Estado y en nuestra Universidad con respecto al uso de datos e información que se comparte en la red y de manera particular en el uso de la red social Facebook. De igual manera queremos mostrar que leyes protegen nuestra información y datos personales. Daremos a conocer que son consideradas tecnologías de la información, sus inicios y objetivos así como cuales son los canales que generan este tipo de comunicación digital y observaremos algunas estadísticas en México.

Se hace mención de cuales son los tipos de medios de comunicación que existen en la universidad y el porcentaje de uso de los alumnos con respecto al uso del internet. Entrando en el tema de comunicación digital mencionaremos las herramientas que éstas nos proporcionan y conoceremos el uso de las redes sociales, particularmente Facebook. Analizaremos que ofrece esta herramienta así como los pros y contras de esta red social que es la más conocida y utilizada por los estudiantes. Por último mencionaremos la teoría organizacional como sistema, la teoría general de acción y los procesos de modernización administrativa en la Educación Superior y como esto repercute en la manera de comunicar la información. Se verá como estos factores son importantes en la UASLP y que planes ofrece esta para mejorar la calidad univertaria con la ayuda de las herramientas digitales.

2.1 Legislación Federal INAI (IFAI)

El Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) es un organismo autónomo en México, antes conocido como Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI), cambió de nombre en mayo de 2015 tras la aprobación de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información (Excelsior, 2015). Su órgano máximo de dirección es el Pleno integrado por 7 comisionados, de los cuales uno funge como Comisionado Presidente. Los comisionados son

designados por la Cámara de Senadores y el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos puede objetar sus nombramientos. El organismo es encargado, fundamentalmente, de:

1. Garantizar el derecho de acceso de las personas a la información pública gubernamental.
2. Proteger los datos personales que están en manos tanto del gobierno federal, como de los particulares.
3. Resolver sobre las negativas de acceso a la información que las dependencias o entidades del gobierno federal hayan formulado.

A partir de la entrada en vigor de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, el 12 de junio de 2003, más de 240 dependencias y entidades del gobierno federal tienen la obligación de responder a solicitudes de información bajo la vigilancia del IFAI. El IFAI promovió la recepción de estas solicitudes a través de internet, mediante el sistema INFOMEX. El 21 de abril del 2016 se abroga la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y se expide la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (SEGOB, 2016) de la cual mencionamos brevemente algunos de sus capítulos y artículos más relevantes para esta tesis:

Capítulo I. Objeto de la Ley:

Artículo 1. La presente Ley es de orden público y tiene por objeto proveer lo necesario en el ámbito federal, para garantizar el derecho de acceso a la Información Pública en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo de los poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial, órganos autónomos, partidos políticos, fideicomisos y fondos públicos, así como de cualquier persona física, moral o sindicato que reciba y ejerza recursos públicos federales o realice actos de autoridad, en los términos previstos por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Artículo 2. Son objetivos de la presente Ley:

- Proveer lo necesario para que todo solicitante pueda tener acceso a la información mediante procedimientos sencillos y expeditos;

- Transparentar la gestión pública mediante la difusión de la información oportuna, verificable, inteligible, relevante e integral;
- Favorecer la rendición de cuentas a los ciudadanos, de manera que puedan valorar el desempeño de los sujetos obligados;
- Regular los medios de impugnación que le compete resolver al Instituto;
- Fortalecer el escrutinio ciudadano sobre las actividades sustantivas de los sujetos obligados;
- Consolidar la apertura de las instituciones del Estado mexicano, mediante iniciativas de gobierno abierto, que mejoren la gestión pública a través de la difusión de la información en formatos abiertos y accesibles, así como la participación efectiva de la sociedad en la atención de los mismos;
- Propiciar la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas, a fin de contribuir a la consolidación de la democracia, y
- Promover y fomentar una cultura de transparencia y acceso a la información pública

Artículo 3. Toda la información generada, obtenida, adquirida, transformada o en posesión de los sujetos obligados en el ámbito federal, a que se refiere la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y esta Ley, es pública, accesible a cualquier persona y sólo podrá ser clasificada excepcionalmente como reservada de forma temporal por razones de interés público y seguridad nacional o bien, como confidencial. Los particulares tendrán acceso a la misma en los términos que estas leyes señalan.

El derecho humano de acceso a la información comprende solicitar, investigar, difundir, buscar y recibir información.

Artículo 4. Además de las definiciones establecidas en el artículo 3 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, para efectos de esta Ley se entenderá por Fracción IX. Publicación: La divulgación, difusión y socialización de la información por cualquier medio, incluidos los impresos, electrónicos, sonoros y visuales.

Capítulo II. De los Sujetos Obligados

Artículo 9. Son sujetos obligados a transparentar y permitir el acceso a la información y proteger los datos personales que obren en su poder los citados en el artículo 1 de la presente Ley.

Artículo 10. Los sujetos obligados serán los responsables del cumplimiento de las obligaciones, procedimientos y responsabilidades establecidas en la Ley General y la presente Ley y podrán ser acreedores de las sanciones y medidas de apremio establecidas en las mismas.

Título segundo

Responsables en materia de transparencia y acceso a la información

Capítulo I. Del Instituto

Sección I. De las Atribuciones del Instituto y de su composición

Artículo 17. El Instituto es un organismo autónomo, especializado, independiente, imparcial y colegiado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plena autonomía técnica, de gestión, capacidad para decidir sobre el ejercicio de su presupuesto y determinar su organización interna, responsable de garantizar en el ámbito federal, el ejercicio de los derechos de acceso a la información y la protección de datos personales, conforme a los principios y bases establecidos por el artículo 6o. de la Constitución, la Ley General, así como por lo previsto en esta Ley y demás disposiciones aplicables.

En su organización, funcionamiento y control, el Instituto se sujetará a lo establecido por esta Ley y se regirá por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, eficacia, objetividad, profesionalismo, transparencia y máxima publicidad. Queda prohibida toda discriminación que menoscabe o anule la transparencia o acceso a la información en posesión de los sujetos obligados.

Capítulo IV. Del Gobierno Abierto

Artículo 66. Las Cámaras del Congreso de la Unión, el Poder Ejecutivo Federal, el Poder Judicial de la Federación, los organismos constitucionalmente autónomos y demás sujetos obligados en el ámbito federal, en materia de Gobierno Abierto deberán:

I. Establecer políticas internas para conducirse de forma transparente;

II. Generar las condiciones que permitan que permee la participación de ciudadanos y grupos de interés;

III. Crear mecanismos para rendir cuentas de sus acciones, y

IV. Promover la eficacia tanto en la organización de su trabajo como en su propio desempeño.

Título tercero

Obligaciones de transparencia

Capítulo I. De las obligaciones de transparencia de los sujetos obligados

Artículo 68. Los sujetos obligados en el ámbito federal deberán cumplir con las obligaciones de transparencia y poner a disposición del público y mantener actualizada, en los respectivos medios electrónicos, de acuerdo con sus facultades, atribuciones, funciones u objeto social, según corresponda, la información, por lo menos, de los temas, Documentos y políticas e información señalados en el Título Quinto de la Ley General. Al respecto, aquella información particular de la referida en el presente artículo que se ubique en alguno de los supuestos de clasificación señalados en los artículos 110 y 113 de la presente Ley no será objeto de la publicación a que se refiere este mismo artículo; salvo que pueda ser elaborada una versión pública. En todo caso se aplicará la prueba de daño a que se refiere el artículo 104 de la Ley General.

En sus resoluciones el Instituto podrá señalar a los sujetos obligados que la información que deben proporcionar sea considerada como obligación de transparencia de conformidad con el Capítulo II del Título Quinto de la Ley General y el capítulo I del Título Tercero de esta Ley, atendiendo a la relevancia de la información, la incidencia de las solicitudes sobre la misma y el sentido reiterativo de las resoluciones.

Título quinto

Del procedimiento de acceso a la información pública

Capítulo I. Del procedimiento de acceso a la información

Artículo 121. Para efectos de la recepción, trámite, entrega y procedimientos previstos para las solicitudes de acceso a la información pública, será aplicable, además de lo dispuesto por el Capítulo I del Título Séptimo de la Ley General, lo establecido en el presente Capítulo.

Artículo 122. Las Unidades de Transparencia de los sujetos obligados deberán garantizar las medidas y condiciones de accesibilidad para que toda persona pueda ejercer el derecho de acceso a la información, mediante solicitudes de información y deberá apoyar al solicitante en la elaboración de las mismas, de conformidad con las bases establecidas en el presente Título.

Artículo 123. Cualquier persona por sí misma o a través de su representante, podrá presentar una solicitud de acceso a información ante la Unidad de Transparencia, a través de la Plataforma Nacional, en la oficina u oficinas designadas para ello, vía correo electrónico, correo postal, mensajería, telégrafo, verbalmente o cualquier medio aprobado por el Sistema Nacional.

Artículo 124. Tratándose de solicitudes de acceso a información formuladas mediante la Plataforma Nacional, se asignará automáticamente un número de folio, con el que los solicitantes podrán dar seguimiento a sus requerimientos. En los demás casos, la Unidad de Transparencia tendrá que registrar y capturar la solicitud de acceso en la Plataforma Nacional y deberá enviar el acuse de recibo al solicitante, en el que se indique la fecha de recepción, el folio que corresponda y los plazos de respuesta aplicables.

Artículo 125. Para presentar una solicitud no se podrán exigir mayores requisitos que los siguientes:

- I. Nombre o, en su caso, los datos generales de su representante;
- II. Domicilio o medio para recibir notificaciones;
- III. La descripción de la información solicitada;
- IV. Cualquier otro dato que facilite su búsqueda y eventual localización, y
- V. La modalidad en la que prefiere se otorgue el acceso a la información, la cual podrá ser verbal, siempre y cuando sea para fines de orientación, mediante consulta directa, mediante la expedición de copias simples o certificadas o la reproducción en cualquier otro medio, incluidos los electrónicos.

En su caso, el solicitante señalará el formato accesible o la lengua indígena en la que se requiera la información de acuerdo a lo señalado en la Ley General y la presente Ley.

La información de las fracciones I y IV de este artículo será proporcionada por el solicitante de manera opcional y, en ningún caso, podrá ser un requisito indispensable para la procedencia de la solicitud.

2.2 Legislación de la comisión estatal de garantía de acceso a la información pública (CEGAIP)

El 4 de mayo de 2015 se vivió un momento histórico para la transparencia y la rendición de cuentas en nuestro país con la promulgación de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Una ley de vanguardia que representa un gran logro de la sociedad y cuya entrada en vigor permitirá que el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) se consolide como una institución autónoma, independiente y ciudadana, con nuevas atribuciones, un catálogo mayor de sujetos obligados y la posibilidad de vigilar el debido cumplimiento del mandato constitucional que estipula que todas las personas físicas y morales que reciban recursos públicos deberán rendir cuentas de manera abierta y de cara a la sociedad.

La ley permitirá construir un Sistema Nacional de Transparencia que ponga el derecho de acceso a la información al servicio de todos los ciudadanos, convirtiéndolo en un elemento fundamental para promover su participación en los asuntos públicos. Para nuestro estado la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de San Luis Potosí se aprueba el 4 de mayo del 2016 (CEGAIP-SEGOB 2016).

Actualmente la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado se ha constituido como una herramienta efectiva, por la cual se da un fuerte impulso al derecho de acceso a la información en la Entidad, coadyuvando con ello en la construcción de una sociedad cada vez más inmersa y participativa en el escrutinio de los asuntos del Estado; incidiendo directamente en la rendición de cuentas, así como en la disminución del impacto negativo que tienen la falta de transparencia, y la corrupción; de ella mencionamos brevemente algunos de sus capítulos y artículos más relevantes para esta tesis siendo su última modificación el 12 de abril del 2018:

Capítulo I. Objeto de la Ley

Artículo 1°. La presente Ley es de orden público y de observancia general en el Estado de San Luis Potosí. Este Ordenamiento es reglamentario de la fracción III del artículo 17 de la Constitución Política del Estado, y acorde a lo previsto en el artículo 6° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Tiene por objeto transparentar el ejercicio de la función pública y establecer los principios, bases generales y procedimientos para garantizar a toda persona el derecho humano de acceso a la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo de los poderes, Legislativo; Ejecutivo; y Judicial; organismos autónomos; partidos políticos; fideicomisos y fondos públicos; así como de cualquier persona física, moral o sindicato que reciba y ejerza recursos públicos o realice actos de autoridad en el ámbito estatal y municipal.

La Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, los lineamientos que determine el Sistema Nacional de Transparencia, la Constitución Política del Estado de San Luis Potosí, la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y Municipios de San Luis Potosí, la Ley de Procedimientos Administrativos del Estado y Municipios de San Luis Potosí, y demás disposiciones relacionadas con el derecho de acceso a la información y la protección de datos personales, se aplicarán de manera supletoria en lo no previsto por esta Ley.

Artículo 2°. Son objetivos de esta Ley:

- I. Establecer la competencia que tiene el Estado de San Luis Potosí en materia de transparencia y acceso a la información y las bases para la coordinación con el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales
- II. Crear las bases mínimas que regirán los procedimientos para garantizar el ejercicio del derecho de acceso a la información
- III. Instituir procedimientos y condiciones homogéneas en el ejercicio del derecho de acceso a la información, mediante procedimientos sencillos y expeditos

- IV. Organizar las bases y la información de interés público que se debe difundir proactivamente
- V. Promover, fomentar y difundir la cultura de la transparencia en el ejercicio de la función pública, el acceso a la información, la participación ciudadana, así como la rendición de cuentas, a través del establecimiento de políticas públicas y mecanismos que garanticen la publicidad de información oportuna, verificable, comprensible, actualizada y completa, que se difunda en los formatos más adecuados y accesibles para todo el público y atendiendo en todo momento las condiciones sociales, económicas y culturales de cada región del Estado
- VI. Propiciar la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas a fin de contribuir a la consolidación de la democracia
- VII. Consolidar la apertura de las instituciones del Estado Potosino, mediante iniciativas de gobierno abierto, que mejoren la gestión pública a través de la difusión de la información en formatos abiertos y accesibles, así como la participación efectiva de la sociedad en la atención de los mismos; VIII. Generar los mecanismos para garantizar el cumplimiento y la efectiva aplicación de las medidas de apremio y las sanciones que correspondan, y
- VIII. Establecer las bases y la información de interés público que se debe difundir proactivamente.

Título segundo

Responsables en Materia de Transparencia y Acceso a la Información

Capítulo I. De la Comisión Estatal de Garantía de Acceso a la Información Pública Sección Primera. De la Integración de la CEGAIP

Artículo 27. La CEGAIP es un organismo autónomo, especializado, imparcial y colegiado, responsable de garantizar el derecho de acceso a la información y de protección de datos personales en posesión de los sujetos obligados, conforme a los principios y bases establecidos por el artículo 6o de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; la fracción III del artículo 17 de la Constitución Política del Estado de San Luis Potosí; así como por lo previsto en la Ley General, esta Ley y demás disposiciones aplicables.

En esta Ley se determina lo relativo a la estructura y funciones de la CEGAIP, así como la integración, duración del cargo, requisitos, procedimiento de selección, régimen de incompatibilidades, excusas, renunciaciones, licencias y suplencias de los integrantes de la misma, de conformidad con lo señalado en el Capítulo II del Título II de la Ley General. La sustitución de los comisionados se realizará de manera escalonada para garantizar el principio de autonomía, de acuerdo a lo mandado por el artículo 38 de la Ley General.

Artículo 28. La CEGAIP, se integrará por tres comisionados numerarios, y tres supernumerarios.

Capítulo III. Del Gobierno Abierto

Artículo 71. La CEGAIP, en el ámbito de sus atribuciones coadyuvará, con los sujetos obligados y representantes de la sociedad civil en la implementación de mecanismos de colaboración para la promoción e implementación de políticas y mecanismos de apertura gubernamental. Se privilegiará que en la implementación de los mecanismos de colaboración se cumplan los objetivos de transparencia, rendición de cuentas, participación ciudadana e innovación gubernamental y tecnológica.

Artículo 72. El Congreso del Estado, el Poder Ejecutivo Estatal, el Poder Judicial de Estado, los organismos constitucionalmente autónomos, Los Gobiernos Municipales y demás sujetos obligados en el ámbito Estatal y Municipal, en materia de gobierno abierto procurarán:

- I. Establecer políticas internas para conducirse de forma transparente
- II. Generar las condiciones que permitan que permee la participación de ciudadanos y grupos de interés
- III. Crear mecanismos para rendir cuentas de sus acciones, y IV. Promover la eficacia tanto en la organización de su trabajo como en su propio desempeño.

2.3 Marco normativo de la información pública de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

A partir del año 2008, con la entrada en vigor de la Ley de transparencia y acceso a la información pública del estado, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, en el marco

del ejercicio pleno de su autonomía, ha rendido cuentas ante la comunidad universitaria, instancias gubernamentales y la sociedad potosina. Asimismo, ha implementado diversas acciones que han fortalecido la cultura de la transparencia y rendición de cuentas, entre las que destacan: la aprobación del Reglamento de transparencia y acceso a la información pública por el Honorable Consejo Directivo Universitario el 30 de noviembre de 2009; un sistema de recepción de solicitudes de acceso a la información pública universitaria a través internet y la publicación periódica de la información pública que de oficio se divulga en la página electrónica de la universidad.

La Unidad de Enlace de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí es la instancia universitaria, creada en cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de San Luis Potosí, encargada de recibir y tramitar las solicitudes de acceso a la información pública. Es responsable, con el apoyo del Comité de Información, de determinar la clasificación de la información que genera y resguarda la institución en el marco de sus funciones y atribuciones. Constituye el vínculo entre la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y las personas solicitantes de la información para:

- Garantizar y agilizar el flujo de acceso a la información pública en los términos de la ley
- Atender las solicitudes de información pública.
- Al mismo tiempo debe vincularse con la Comisión Estatal de Garantía y Acceso a la Información Pública (CEGAIP) de San Luis Potosí, para atender los procesos de recursos de queja y estrategias de difusión del derecho.

La protección de datos personales, según los artículos:

Artículo 29. La Universidad dispondrá de los medios necesarios para que las personas interesadas, estén en condiciones de ejercer la acción de protección de datos personales, para asegurarse que:

- I. Los que se encuentren en posesión de la Universidad, y sigan siendo necesarios para cumplir los fines requeridos;
- II. Los datos personales que no se utilicen, se pongan a disposición del público o de terceros, sin el previo consentimiento del interesado o su representante legal, con propósitos distintos e incompatibles con los fines originalmente señalados.

Artículo 30. La Unidad será responsable de resguardar la confidencialidad de los datos personales, por lo que deberá:

I. Adoptar los procedimientos adecuados para recibir y responder las solicitudes de acceso y corrección de datos, así como capacitar a sus trabajadores y dar a conocer las políticas en relación con la protección de aquellos de conformidad con los lineamientos que al respecto establezcan.

II. Solicitar los datos personales a las entidades académicas o dependencias administrativas, con el consentimiento del interesado o su representante legal, sólo cuando éstos sean adecuados y pertinentes en relación con los propósitos para los cuales se requieran.

III. Poner a disposición de los integrantes de la comunidad universitaria e interesados en general, el documento en el que se determinen los propósitos para el tratamiento de sus datos personales, en términos que expida el presente ordenamiento, a partir del momento en el cual se recaben éstos.

IV. Procurar que los datos personales sean exactos y actualizados.

V. Sugerir al interesado, a la entidad académica o dependencia administrativa, la rectificación de los datos personales que fueren inexactos o incompletos en el momento que tenga conocimiento de éstos.

VI. Adoptar las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los datos personales y evitar la alteración, pérdida y acceso no autorizado.

Artículo 31. No se requerirá del consentimiento de los involucrados para proporcionar los datos personales en los siguientes casos:

I. Los necesarios por razones estadísticas, científicas o de interés general previstos en la legislación universitaria, previo procedimiento por el cual no puedan asociarse los datos personales con el individuo a que se refieran.

II. Cuando se transmitan entre entidades académicas y dependencias administrativas para su utilización en el ámbito de su competencia.

III. Cuando exista una orden de autoridad competente que funde y motive la necesidad de los mismos.

IV. Cuando se contrate la prestación de un servicio que requiera el tratamiento de datos personales. Los terceros no podrán utilizar los datos personales para propósitos distintos a aquellos para los cuales se les hubieren transmitido.

V. En los demás casos que se establezca en la normativa aplicable al caso.

Artículo 32. Sólo los titulares o sus representantes legales podrán solicitar a la Universidad que les proporcione sus datos personales que obren en su sistema, así como solicitar que éstos sean modificados.

Artículo 33. Ante la negativa de entregar o corregir datos personales o falta de respuesta de la Unidad, procederá la interposición del recurso de revisión.

Lo anterior ocasionó que en materia de acceso a información pública universitaria se haya registrado un incremento considerable de solicitudes de información en los últimos años, en respuesta a las exigencias de una comunidad universitaria cada vez más demandante de información y rendición de cuentas. Permite identificar el trámite y contestación a más de 1,500 solicitudes en los últimos cinco años, refleja un incremento en promedio de 800% para el año 2012, en comparación con los años 2005 y 2006. Asimismo, muestra la recepción de solicitudes de información vía personal o electrónica; la primera se ha visto desfasada en número respecto a la segunda, debido a la facilidad y comodidad que la universidad ha dado para poder formular solicitudes vía internet, que han superado ampliamente a las presentadas de manera escrita.

En materia de transparencia, se informa responsablemente sobre el quehacer universitario a través de su página de internet (<http://www.uaslp.mx>), que contiene la información de oficio a que se refiere el Reglamento de transparencia universitario y la Ley de transparencia y acceso a la información pública del estado en sus artículos 18 y 19, así como toda la información trascendente: informes de actividades incluyendo indicadores académicos, administrativos y presupuestales un compendio detallado de las actividades y proyectos de docencia, investigación y extensión; actas completas del Honorable Consejo Directivo Universitario; los currículums de los funcionarios; planes y programas académicos y administrativos; procesos de admisión; normativa institucional; convocatorias, procesos y resultados de concursos y licitaciones, entre otras.

Sobre el manejo de los recursos, adicionalmente a la publicación de los informes anuales de Rectoría en la página web, se difunden los movimientos de egresos, estados financieros anuales y trimestrales, presupuesto, resultados de auditorías concluidas, la cuenta pública, viáticos, entre otros, para dar confianza a la ciudadanía sobre el buen uso y destino de los recursos públicos que recibe la institución.

Cabe señalar, que para asegurar el funcionamiento ágil y expedito de los programas de acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas es necesario mejorar los sistemas de información. Resulta importante establecer criterios similares en los procesos de gestión realizados entre las dependencias administrativas y las diversas entidades académicas, para homologarlos y conseguir su adecuada regulación, a través de manuales de organización, que cumplan con estrictos estándares de calidad. De este modo se brinda claridad y agilidad a diversos trámites en conformidad a las facultades y atribuciones que competen a cada uno de ellos (Plan Institucional de Desarrollo 2013 - 2023, 2014).

2.4 Proceso de gestión pública de la información en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Desde el PIDE 2013-2021 La Universidad Autónoma de San Luis Potosí el apartado 11.5 Práctica e Innovación educativa; La innovación educativa constituye un eje estratégico de las tendencias y políticas educativas actuales de la universidad para incrementar su calidad educativa. Desde 2007 se trabaja con el Modelo Universitario de Formación Universitaria (MUFI) aprobado por el H. Consejo Directivo Universitario en el diseño de la nueva oferta educativa, en el que se ofrecen guías para implementar cambios estratégicos y responder a las múltiples y complejas demandas sociales, culturales, políticas y económicas, sin perder de vista el compromiso para la conformación de una masa crítica y ética de profesionales competentes, pero al mismo tiempo de ciudadanos autónomos, responsables y comprometidos.

En particular, el modelo se orienta al desarrollo de las siguientes dimensiones básicas de la formación universitaria, para cada una, los planes y programas deben plantear el desarrollo de competencias transversales y específicas en el currículum y la enseñanza: En cuanto a la

comunicación e información, se refiere a las habilidades básicas de comunicación oral y escrita, tanto en español como en otros idiomas, así como de las más modernas tecnologías de información y comunicación, indispensables hoy en día en cualquier espacio de trabajo.

2.5 Sistema integral de información académica y administrativa

La institución no cuenta con un sistema integral para el manejo de la información académica y administrativa. Ha sido de interés de algunos espacios académicos y de gestión la construcción de dicho sistema, por lo que se han desarrollado módulos de información que incorporan procesos que atienden componentes críticos en el desarrollo de las funciones institucionales; Asimismo, se encuentran operando los portales temáticos que están orientados a sentar las bases de la integración de la información institucional.

El portal de alumnos que se creó con la finalidad de establecer con ellos un canal único de comunicación, donde puedan entrar en contacto con cualquier área de la universidad y manejar de manera electrónica algunos de los procedimientos institucionales, entre ellos: pago de cuotas, la evaluación docente, la encuesta de satisfacción y, en algunos casos, consultas de su historial académico y procesos de inscripción.

El portal para empleados mantiene canales de comunicación efectivos entre los docentes, investigadores y empleados administrativos. Se ha implementado un directorio activo institucional. En el caso del módulo financiero, se han realizado cambios trascendentales en su integración a partir de los requerimientos de la contabilidad gubernamental y la facturación electrónica.

El módulo de recursos humanos ha trabajado en la digitalización de la documentación disponible de los empleados, e integrado las carpetas personales de cada empleado en archivos digitales que simplifican su administración e incrementan su disponibilidad para su consulta inmediata. Algunos módulos todavía operan en forma autónoma bajo diversas plataformas; las principales son: Clipper³ y MAGIC⁴, así como distintas bases de datos:

³ Clipper: es un lenguaje de programación procedural e imperativo creado en 1985 por ... Harbour está disponible para múltiples plataformas, incluyendo no solo MS-DOS y Windows, sino también a GNU/Linux, OS/2 y otras

⁴ Magic. Es una plataforma de aprendizaje efectivo y entretenido actividades educativas, juegos y videos que ayudan a desarrollar habilidades cognitivas

ORACLE⁵ y Server⁶ que cumplen con las necesidades elementales para lo cual fueron desarrolladas; esto constituye una importante debilidad. Dicha heterogeneidad ocasiona que las diversas bases de datos de alumnos y personal no estén integradas, y propicia la existencia de procesos parcialmente automatizados que dificultan la integración de la información.

Entre las principales debilidades se detectan: la falta de capacitación y entrenamiento del personal, carencia de promoción en el cambio de la cultura organizacional para promover las prácticas y métodos de trabajo innovadores con apoyo en la tecnología. Es necesario que los procesos de gestión se vinculen mejor entre sí, con la finalidad de hacer más ágiles y eficientes los procesos académico-administrativos.

2.6 Transparencia de la administración

La transparencia se entiende como el grado de información y la actitud con que se afronta la rendición de cuentas (Balas-Lara, 2011; Gálvez-Rodríguez; Caba-Pérez; López-Godoy, 2016; Martínez-Osés et al., 2011; García-López, 2012; Herranz-de-la-Casa; Cabezuelo-Lorenzo, 2009). La transparencia debe ser coherente con la entidad y su misión. Más allá de las cuentas claras, transparencia significa mostrar abiertamente el engranaje de una organización. Es decir, cómo funciona, cómo se lleva a cabo su trabajo, cuáles son los procesos internos, sus decisiones o los resultados obtenidos. En las ONG hablar de transparencia se actuar de manera responsable social, económica y ambientalmente. La importancia de ser transparente para las ONGs se basa en que (Balas-Lara, 2011, p. 185):

- Es un valor intrínseco a su forma de actuar
- Permite tener una base social grande e implicada
- Obliga a medir los resultados de sus actuaciones y proyectos
- Facilita la comparación con otras organizaciones similares

⁵ Oracle: es una potente herramienta cliente/servidor para la gestión de Bases de Datos. Explicamos la herramienta y las ayudas que ofrece al desarrollador.

⁶ Server: Un servidor es un dispositivo virtual que le brinda espacio y estructura a los sitios web para que almacenen sus datos y manejen sus páginas

- Obliga a vigilar el cumplimiento de su misión

Es importante destacar que en el entorno digital parece favorable la aparición de nuevas formas de transparencia, autorregulación y supervisión de la calidad informativa, en las que la participación de los usuarios juega un papel decisivo (Mauri-Ríos; Ramón-Vegas, 2015, p. 380). Berman (1997) resume la opinión de los ciudadanos respecto al gobierno en tres factores negativos: se sienten malentendidos o ignorados; consideran que los gobiernos no utilizan su poder para favorecer; y encuentran las políticas públicas y servicios inefectivos. Para evitar estas situaciones sugieren tres estrategias: la primera, consistiría en explicar que pretende hacer el gobierno para servir los intereses generales; la segunda estrategia iría encaminada a incorporar a los ciudadanos como input en el proceso público de decisión; y por último, la necesidad de que el sector público defienda su reputación, mostrando el grado de eficiencia alcanzando en el proceso.

Las administraciones públicas han tomado buena nota de estos deseos, facilitando la comunicación externa y la participación ciudadana, ya que deben considerarse, de acuerdo con McTavish y Pyper (2007), los motores básicos en este proceso de cambio del sector público en su orientación hacia el ciudadano.

La comunicación externa conlleva facilitar la información constante a los ciudadanos y sectores interesados sobre dos aspectos, el primero, estaría relacionado con las actuaciones futuras de la administración en la búsqueda de los intereses generales publicaciones de planes estratégicos, y el segundo haría referencia a los derechos de los ciudadanos en relación con la actividad pública.

2.7 Tecnologías de la información

No es difícil creer que las nuevas tecnologías han provocado un verdadero cambio en la sociedad, es por ello que actualmente ahora se le conoce como la sociedad de la información. La expansión de la tecnología ha permitido mejorar muchos aspectos de la vida del hombre, tales como salud, finanzas, comunicaciones, etc., sin embargo la mayor parte ha sido

enfocada en promover la información y la comunicación; de lo anterior se deriva el término TIC, que quiere decir Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Las TICs son el conjunto de herramientas, soportes y canales desarrollados y sustentados por las tecnologías (telecomunicaciones, informática, programas, computadores e internet) que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos, contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética a fin de mejorar la calidad de vida de las personas (Ávila Díaz, 2012).

Gracias al internet (neologismo del inglés que significa red informática descentralizada de alcance global), este sistema de redes interconectadas nos ofrece una gran diversidad de servicios y recursos de fácil acceso que contienen una cantidad ilimitada de información sobre cualquier tema. Internet es el medio de transmisión que utiliza la world wide web o www (en español se suele utilizar el término web). De esta forma, uno de los servicios que Internet permite utilizar es la web, entendida como un conjunto de protocolos que permite el acceso a distancia de archivos de hipertexto (contenido con enlaces a otros textos) (significados.com). El término Web 2.0 comprende aquellos sitios Web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web (Sharma, 2008).

A diferencia de sitios Web estáticos donde los usuarios se limitan a la observación pasiva de los contenidos que se han creado para ellos, un sitio Web 2.0 permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí como creadores de contenido generado por usuarios en una comunidad virtual. Ejemplos de la Web 2.0 son las comunidades Web, los servicios Web, las aplicaciones Web, los servicios de redes sociales, los servicios de alojamiento de videos, entre otros (E-PRInts).

La evolución de las TICs, y el internet, ha sido tal que el sector educativo no ha escapado de ellas; hoy en día, el internet es una necesidad y herramienta indispensable en todos los niveles de educación, particularmente en las instituciones de educación superior. Las TICs pueden complementar, enriquecer y transformar la educación (UNESCO). Estas herramientas nos permiten enseñar a los alumnos de una manera diferente a lo tradicional permitiendo interactividad y fomentando una actitud activa. Los nuevos contenidos permiten la creación de simulaciones y realidades virtuales, y hacen posible la adaptación del material a las

características locales, nacionales e internacionales ya que se modifican y actualizan con mayor facilidad.

Hoy en día, estas tecnologías han promovido que los docentes modifiquen las actividades escolares y que se actualicen las estrategias pedagógicas por medio de las herramientas digitales (Brinkley, 2018; Radovan y Kristl, 2017; Salas, 2018; Soffer y Nachmias, 2018). Una de las propuestas de eficiencia educativa son los estudios a través de la Red, los cuales se han diversificado y multiplicado en los últimos años con el aumento en la facilidades de acceso a internet y a la disminución de costos de algunos aparatos tecnológicos. Hacer conscientes a los miembros de una comunidad educativa del estado de adopción frente a las tecnologías ofrece la posibilidad de diseñar estrategias que permitan a su cuerpo docente los conocimientos sobre las herramientas tecnológicas y su impacto en los procesos de enseñanza-aprendizaje (Correa y Gómez, 2013).

En nuestra actual sociedad globalizada es imprescindible alcanzar un aprendizaje realmente significativo y valioso para el desarrollo humano e integral del individuo. Las tecnologías portátiles están creando e inspirando una nueva generación de estudiantes basada en un diseño de aprendizaje móvil. En México, mediante los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), al analizar los años 2012 y 2013, observamos que el porcentaje de los usuarios que todavía utilizan computadoras de escritorio van a la baja, mientras que la computadora portátil se mantiene estable y el teléfono celular ha reportado un crecimiento acelerado. Mejorar su empleo implica también ampliar los propósitos de los usuarios hacia fines más pragmáticos, que permitan estimular la formación y transmisión de habilidades concretas (Eddine, 2014).

Las instituciones de educación superior particularmente enfrentan el desafío de saber aprovechar las nuevas TICs para proveer a los alumnos las herramientas y el conocimiento necesarios para el siglo XXI. La incorporación de las tecnologías en el aula universitaria requiere un gran esfuerzo de los docentes y del alumnado en el entendimiento de las formas en que la tecnología puede apoyar el proceso de aprendizaje (Torres y Moreno, 2013). El éxito se alcanza cuando los individuos son capaces de resolver problemas contextualizados en su vida real, de comunicar la información y conocimientos encontrados y de colaborar con otros individuos en el proceso (Organista-Sandoval, McAnally y Lavigne, 2013).

Un aspecto importante del uso de las tecnologías en el nivel superior es examinar no sólo el impacto de las redes sociales en la educación sino evaluar tanto a alumnos y maestros sobre el nivel de conocimiento que tienen con respecto a ellas. La misión de una mejor educación permanece y es por ello que los docentes principalmente deben aceptar y a su vez estar a la altura de esta nueva era digital.

Dicho todo lo anterior, y como una perspectiva interesante me gustaría mencionar una perspectiva crítica de un reporte de la Comisión Europea en el año 2008, la cual plantea que: “El impacto de las TICs en la educación y en la formación todavía no ha sido tan significativo como se esperaba a pesar del amplio apoyo por TICs en la educación y en los sistemas de formación requiere nuevos cambios a través de ámbitos como el tecnológico, organizativo, enseñanza y aprendizaje en las aulas, en los lugares de trabajo y en los entornos de aprendizaje informal.

A pesar de que las TICs tienen el potencial para desarrollar un proceso continuo de aprendizaje que apoyaría el aprendizaje permanente, abarcando el aprendizaje formal, informal y en el lugar de trabajo, esto aún no ha sido alcanzado”. En este terreno hay quienes plantean ser precavidos frente al dogma de que las nuevas tecnologías son la respuesta a todos los desafíos en el campo de la educación.

2.8 La Comunicación en la organización

La comunicación en la organización es esencial para su buen funcionamiento y la garantía del cumplimiento de los objetivos y metas establecidas, ayuda a coordinar y a controlar las responsabilidades en los funcionarios que la integran y lo más importante ayuda a fomentar el buen ambiente laboral. Es notable mencionar que la comunicación no solamente es importante al interior de la organización sino que también es la base fundamental para crear alianzas estratégicas entre diferentes organizaciones, lo que permite aumentar el nivel de competitividad y su vinculación con el entorno.

En el proceso de comunicación intervienen primordialmente seis elementos: el emisor, el receptor, el mensaje, el canal a través del cual el mensaje se transmite, el ruido y el contexto en el que ocurre la comunicación. Por su parte, el contexto incluye aspectos del entorno físico como la localización, el momento cronológico y la interferencia; además toma en cuenta

elementos de naturaleza psicológica como la naturaleza de la relación entre los participantes, la historia personal, el estado de ánimo y el bagaje cultural (Weiten y Lloyd, 2006).

La comunicación cumple cuatro funciones principales en una organización: control, motivación, expresión emocional e información. La comunicación es eficaz para controlar la conducta de los miembros al fomentar la motivación. La misma proporciona un escape para la expresión emocional de sentimientos y de satisfacción de necesidades sociales que facilita la toma de decisiones. La comunicación puede fluir en un sentido vertical u horizontal. El sentido vertical además puede tener dos direcciones: descendente y ascendente.

La comunicación descendente pasa de un nivel de un grupo a un nivel inferior mientras que la comunicación ascendente se dirige a un nivel superior. Cuando la comunicación tiene lugar entre los integrantes del mismo grupo de trabajo, entre miembros de grupo al mismo nivel, entre gerentes del mismo nivel o entre personal del mismo rango, nos referimos a la Comunicación Horizontal, la cual ahorra tiempo y facilita la coordinación (Robbins S, 2004).

La comunicación interpersonal está formada por la comunicación:

- Oral: principal medio de transmitir mensajes, discursos, encuentros formales entre dos personas y discusión en grupo, su ventaja es la velocidad y la retroalimentación. La principal desventaja de esta comunicación es que cuantas más personas deban transmitir el mensaje mayor es la posibilidad de que se distorsione.
- Escrita: está formada por memorandos, cartas, correo electrónico, transmisiones de fax, publicaciones de las organizaciones, y cualquier otro medio de transmitir por escrito palabras o símbolos, la comunicación escrita es más lógica y clara
- No Verbal: se define con una mirada, la entonación o el énfasis que damos a las palabras, una sonrisa, un pliegue de seno, y un movimiento provocativo del cuerpo comunica un significado.

Las barreras más comunes que distorsionan la comunicación son: el filtrado, la percepción selectiva y la sobrecarga de información. Es razonable concluir que una de las fuerzas que más entorpecen el desarrollo exitoso de los grupos es la falta de comunicación.

Las redes formales o comunes de los grupos están compuestas por la cadena que sigue rígidamente la línea formal de mando, y la rueda que tiene una figura central que funge como el conducto para la comunicación de todo el grupo. La Red multicanal permite a todos los miembros del grupo comunicarse uno con otro. El sistema formal no es la única red de comunicaciones en un grupo u organización pues también hay una informal llamada rumores o chismes. Otro tipo de comunicaciones que fortalecen y se enriquecen mediante la tecnología son: correo electrónico, enlaces de, videoconferencia, intranet y extranet. La cantidad de información que puede transmitirse en un episodio de comunicación es lo que se conoce como riqueza del canal. (Robbins S, 2004).

Como se mencionó en el párrafo anterior, la tecnología está permitiendo que otro tipo de comunicaciones se puedan llevar a cabo. Las redes sociales en la actualidad se están convirtiendo en una de las principales herramientas para la interacción humana donde todos pueden compartir, intercambiar, comentar, argumentar y crear información y conocimiento de manera colaborativa.

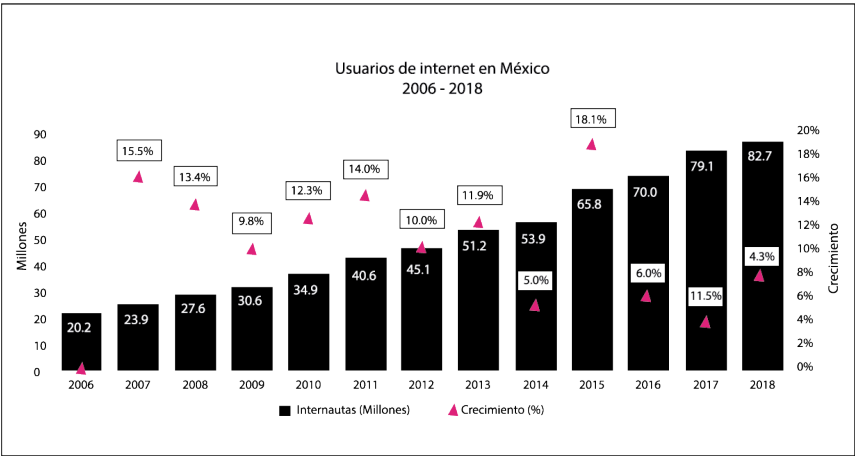


Fig 1. Usuarios de Internet en México años 2016-2018.

ENDUTIH (INEGI, edición 2018)

En este contexto la Figura 1 nos muestra el cambio gradual que se ha adaptado en nuestro país con respecto a la comunicación digital. Se observa que la población que ha intentado esta nueva forma de comunicación va a la alza.

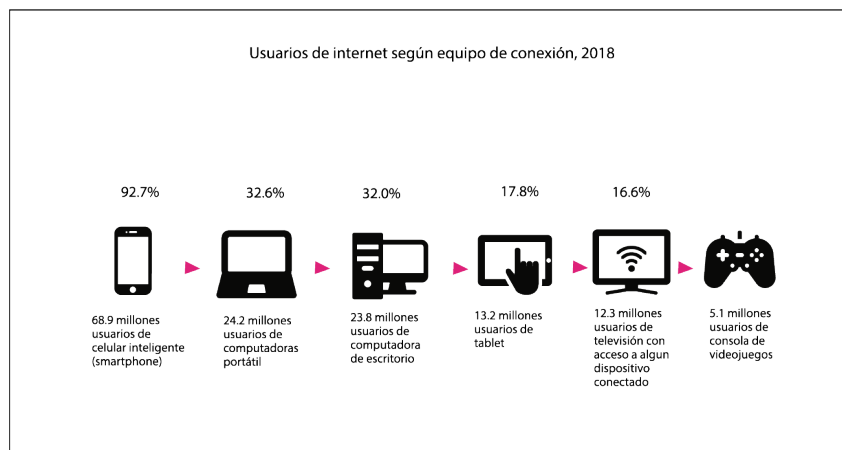


Fig 2. Usuarios de Internet según equipo de conexión, 2018.

ENDUTIH (INEGI, edición 2018)

Por otra parte, también podemos mencionar a través de qué medios ocurre esta conexión digital entre los usuarios. Tomando en cuenta los dispositivos utilizados para conectarse a Internet, en 2018 la ENDUTIH (INEGI, edición 2018) da a conocer que el 92.7% de los usuarios de Internet se conectaron a través de un celular inteligente (Smartphone), el 32.6% lo hizo por medio de una computadora portátil, el 32.0% utilizó una computadora de escritorio, el 17.8% de los usuarios de internet se conectó a través de una Tablet, el 16.6% por medio de la televisión y un 6.9 por ciento a través de una consola de video juegos

2.9 Medios de comunicación en las Universidades Públicas

Un medio de comunicación es un sistema técnico utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Generalmente es de carácter masivo, es decir, aquellos cuya comunicación se extiende a las masas. Sin embargo, también existen medios de comunicación que se establecen en grupos reducidos de personas y que son de carácter exclusivamente interpersonal (teléfono).

Hoy en día los individuos y las comunidades acceden a este tipo de canal para tener material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos de diversos tipos, que pueden ser: políticos, económicos, sociales o culturales, y también pueden referirse al nivel local o al contexto mundial. A continuación mencionaremos los principales tipos de medios de comunicación:

- Los medios audiovisuales. son los que pueden ser simultáneamente escuchados y vistos. Se basan en dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos con el fin de transmitir la información, como es el caso de la televisión y el cine.
- Los medios radiofónicos. son el único medio que se basa exclusivamente en información transmitida bajo formato sonoro. Requiere un proceso de producción mucho más sencillo que la televisión. Su nivel de acceso, también es un aspecto en el cual aventaja al resto de los medios. Por otro lado desde el punto de vista de la emisión radiofónica también resulta verdaderamente muy sencillo, ya que para lograr la emisión se requiere de pocas máquinas de sonido, micrófonos y pocas personas. La principal limitación tiene que ver con la distancia geográfica y accidentes que imposibilitan la transmisión, y el sonido se ve afectado.
- Los medios impresos. Comprenden a las revistas, periódicos, magazines, folletos y panfletos así como todas las publicaciones que contengan una información a ser transmitida. En la actualidad estos medios, por el elevado costo de producción y la intromisión de Internet, están en declinación en cuanto a que su público prefiere otros medios a la hora de informarse. Se requieren de muchos puntos para certificar una producción de calidad en este medio, por ejemplo: editores, correctores, buena calidad del papel, escritores y analistas reconocidos, etc (Raffino Estela, 2019)
- Los medios digitales. surgidos en la década de 1980. Estas “nuevas tecnologías” han logrado expandirse con masividad. Se basan en las computadoras personales, como también en celulares, tablets y todo tipo de artefactos tecnológicos, los cuales cada vez con mayor rapidez transmiten la información llegando a miles de personas de manera internacional. Si observamos la figura 1 podemos notar que el nivel de educación tiene un impacto en cuanto al uso de los medios digitales. En la gráfica 1

se observa claramente como el porcentaje de personas que usa internet es mayor conforme la escolaridad aumenta. De la figura 3. podemos deducir que:

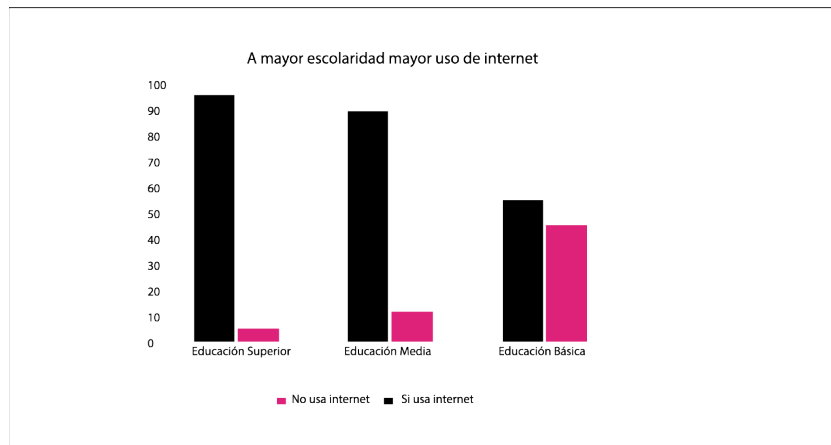


Figura 3. Usuarios de Internet según escolaridad. Fuente: INEGI-ENDUTHI 2019
(Elaboración propia con base en INEGI-ENDUTHI 2019)

- El 4.9 % de aquellos con educación superior (licenciatura o posgrado) no usa internet.
- El 11.5 % del total con estudios de nivel medio superior (preparatoria o equivalente) no usa internet.
- El 45.1 % de aquellos con estudio de nivel básico (primaria o secundaria) no usa internet.

El impacto que tiene el uso del internet para el acceso a las redes sociales, en particular Facebook es limitado en lo concerniente a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, y en particular en la Facultad de Contaduría y Administración, debido a ello es tema de interés de esta tesis.

2.10 Herramientas digitales de comunicación

Durante las pasadas décadas, se atestiguado de muchos avances significativos en tecnología digital. Las computadoras personales (PCs por sus siglas en inglés) se han vuelto increíblemente poderosas con procesadores rápidos, capacidades de almacenamiento

impresionantes y software sofisticado; a la par, se han vuelto más baratas y compactas. Muchas escuelas en diferentes países proveen a los estudiantes con una PC portátil como una pieza básica de equipo de educación. La integración de tecnologías y su compatibilidad son elementos notables del desarrollo, la computadora portable y el celular sirven como memorias externas convirtiéndose en fuentes de información y links con el mundo donde quiera que estemos. Sin ellas, muchos de nosotros no podríamos organizar nuestras actividades.

Dentro de todo estos desarrollos tecnológicos, hay pequeños avances que vale la pena mencionar. El primero, del cual las siguientes mejoras permitieron una más eficiente manera de guardar información y transferirla entre computadoras: el floppy disk o disco flexible, (en sus dos formatos, 5¼ and 3½), el CD-ROM, el DVD (todavía en uso) y finalmente hoy todavía tenemos a la omnipresente memoria USB (Universal Serial Bus) la cual simplifica muchos nuestras vidas al permitirnos preparar clases o trabajo simultáneamente respaldando nuestra información. Otro ejemplo de desarrollo de tecnología digital que ha tenido un verdadero efecto en la academia es la presentación de power point. Sin embargo, su uso no es solamente con fines educativos sino que se ha vuelto verdaderamente importante en los negocios.

Actualmente, el exponer una presentación sin power point es una excepción y los estudiantes frecuentemente preguntan “¿Se pondrá eso en la presentación del sitio web del curso?”, de la respuesta a esta pregunta dependerá si el estudiante toma notas o si pone atención en el curso. Esto último es un ejemplo de que la tecnología nunca es neutral, más bien, tiene implicaciones en actividades sociales algunas de las cuales pueden detectarse a simple vista y otras de las cuales se manifestarán hasta que la tecnología se integre en actividades específicas. Sin embargo, desde el punto de vista de la educación, quizá aún más significativo que los avances previamente mencionados son las capacidades de las redes sociales que surgieron tras la aparición y crecimiento del internet durante los últimos 25 años.

La tecnología para la comunicación en masa continúa adentrándose en todas las partes del mundo. Donde antes no había nada, ahora existe un poco. Donde antes había poco ahora es ubicuo. El esparcimiento global de estas tecnologías favorece una gran cantidad de

comportamientos tales como compras, educación, campañas, comunicación y como fuentes de información vía internet (Chafee,1978).

El internet representa el símbolo de la globalización y de la información generando gran atención en el sector público. El mundo se ha convertido en una villa global en donde relaciones e identidades son formadas de nuevas maneras y en la cual la información es intercambiada entre la gente independientemente de su lugar de residencia (Castells 1996). La interacción social en el contexto de comunidades virtuales ha crecido exponencialmente con los sitios para dichas actividades multiplicándose día a día. Lo que ahora es referido como redes sociales – tales como Facebook, Twitter, Flickr, etc – atraen millones de usuarios, lo mismo puede decirse con los juegos en línea, donde algunos de los más populares tienen más de 10 millones de subscriptores.

Una dimensión importante de este desarrollo tecnológico en nuestros tiempos son los cambios dramáticos en la manera en que se accede a la información; es posible ahora conectarnos a páginas web, bases de datos, librerías y otros recursos desde nuestra casa o desde un salón de clases, y sin darnos cuenta somos capaces de responder a muchos retos buscando en internet las respuestas que necesitamos desde cualquier lugar.

Sería imposible no pensar que esta dinámica de interacción social creada por las herramientas tecnológicas no tiene consecuencias significativas para la educación. Esta gran cantidad de información proveniente del internet crea dilemas sobre que enseñar y como enseñarlo. Particularmente, en este punto podemos mencionar una nueva variante en la educación la cual es la educación a distancia, quien se ha visto incrementada substancialmente así como lo han hecho las clases y tutorías en línea.

Los desarrollos y aplicaciones tecnológicas previamente mencionadas nos ayudan a entender como las herramientas digitales han mejorado y a la vez complicado nuestro modo de vida. En este contexto, existen reportes y estudios tanto científicos como descriptivos de como el uso de las redes sociales tiene impacto en la salud física y mental de sus subscriptores, más allá de eso, se ha estudiado también el papel que las redes sociales “virtuales” reemplazan las redes sociales “tradicionales”.

En línea con lo dicho anteriormente sobre un incorrecto uso de las herramientas tecnológicas, Akhtar en el 2013 menciona que el uso excesivo del internet en estudiantes jóvenes puede

convertirse en una adicción causando problemas académicos tales como (menor dedicación de tiempo a sus estudios, bajas calificaciones, bajo interés en actividades extracurriculares y falta de interés en las clases; incluso los problemas pueden ser más serios legado a privación del sueño, insomnia y enfermedades crónicas (O’Keeffe and Pearson, 2011). Por otra parte, la adicción al internet en niños ha sido asociada a problemas psicológicos y mentales, entre los que destacan: ansiedad, depresión y sentimientos de soledad y aislamiento.

Dicho todo lo anterior, ahora que conocemos la importancia de las herramientas digitales en las instituciones de educación superior presentaremos algunas estadísticas que nos ayudarán a poner en perspectiva que tanto acceso a la tecnología existe de manera global en nuestro país y de manera particular en nuestro estado, cabe destacar que los datos obtenidos fueron tomados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH, edición del 2018), la cual se encuentra respaldada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

La ENDUTIH constituye la principal fuente de estadísticas sobre disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los hogares y de los individuos en México; esta encuesta se realiza mediante entrevistas a miembros de hogares seleccionados de manera aleatoria, de quienes se capta directamente su experiencia sobre el uso de las TIC. Respecto al uso de las herramientas digitales podemos mencionar las siguientes estadísticas:

- En México hay 74.3 millones de usuarios de Internet de seis años o más, que representan el 65.8% de la población en ese rango de edad. El 51.5% de los internautas son mujeres y 48.5% son hombres. Podemos observar en la gráfica 4 el porcentaje de la población usuaria de internet de los años 2015-2018 (Figura 4).
- Del total de la población usuaria de internet de seis años o más, el grupo de entre 25 y 34 años es el que registra la mayor proporción de usuarios de internet, las mujeres en este rango de edad representan 10.4% y los hombres 9.8%. Ver figura 5.

- Las tres principales actividades de los usuarios de Internet en 2018 fueron: entretenimiento 90.5%, comunicación 90.3% y obtención de información 86.9% (figura 5).
- El análisis geográfico señala que el uso del internet es un fenómeno urbano, puesto que el 73.1% del total de la población urbana son usuarios de este servicio. Lo que contrasta con el 40.6% de la población conectada en zonas rurales. (ENDUITH 2018). En la figura 4 se muestran los usuarios en el país según la entidad federativa, así como si es población rural o urbana.
- En México hay 18.3 millones de hogares que disponen de Internet mediante conexión fija o móvil, 52.9% del total nacional.

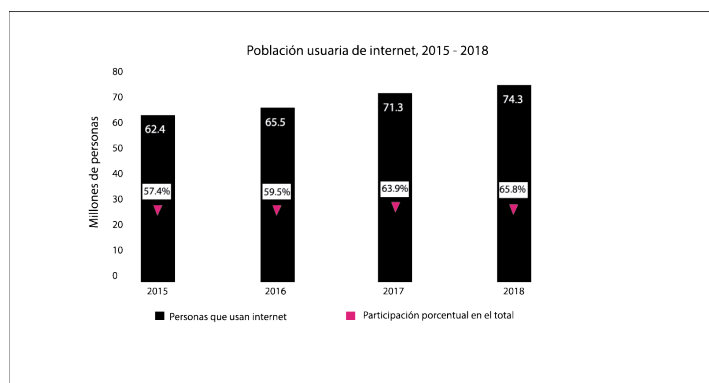


Figura 4. Población usuaria de Internet años 2015-2018. Fuente: INEGI-ENDUTHI 2019 (Elaboración propia con base en INEGI-ENDUTHI 2019)

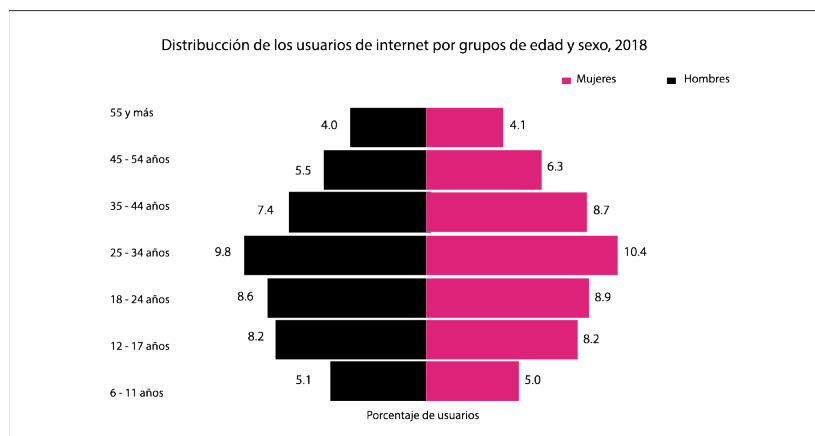


Figura 5. Distribución de usuarios de Internet según grupos de edad. Fuente: INEGI-
ENDUTHI 2019

Creemos que es importante también mencionar cual es el motivo por el cual los usuarios de internet se conectan, en la Figura 6, podemos observar cuales son las actividades principales para lo que es usado el internet.

Destacando que el 90.5 de los usuarios utilizan el internet como entretenimiento y comunicación, poco uso se le da para la parte de investigación e interacción con revistas y libros.

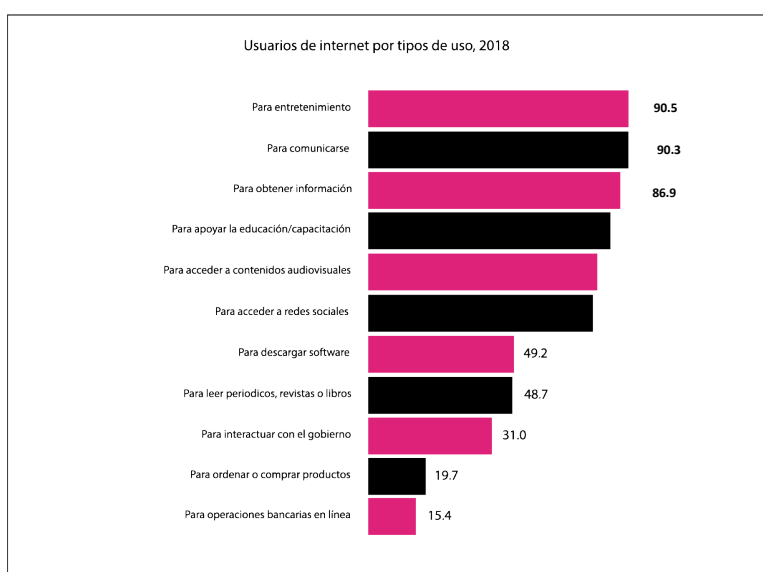


Figura 6. Tipos de uso para Internet. Fuente: INEGI-ENDUTHI 2019

(Elaboración propia con base en INEGI-ENDUTHI 2019)

2.11 Redes sociales

En los últimos años, el mundo y la tecnología digital han avanzado a pasos agigantados; retomando lo que anteriormente se había comentado en esta tesis con respecto a la Web 2.0, recordemos que esta hace referencia a las denominadas redes sociales. Desde el punto de vista de las ciencias sociales, una red social puede definirse como una estructura social compuesta de personas entre las que existen vínculos de diversos tipos y grados y establecen

un intercambio dinámico entre sí, por otra parte una red social en un entorno web puede definirse como un servicio a través de una plataforma que permite crear una identidad y establecer relaciones en la red (Rossaro, 2010).

Las redes sociales son usadas por la mayoría de la población actual por muchas razones, la primera y la más usada es debido a nuestra necesidad de conexión e interacción. Si nos remontamos un tiempo atrás, Abraham Maslow en 1954 planteó su teoría de la Jerarquía de las Necesidades, en ella menciona el deseo de un individuo para cumplir un sentido de pertenencia a través del apoyo de las relaciones con otros individuos. En este sentido, las redes sociales le proporcionan al individuo esta oportunidad de poder comunicarse con otras personas y pertenecer a diferentes comunidades virtuales. Las redes sociales por tanto, existen para facilitar comunicación entre la gente independientemente de la distancia y como se mencionó anteriormente permite difundir información a manera de fotos, videos, archivos, mensajes, creación de blogs y también permite la conectividad en tiempo real.

A manera general, las redes sociales están jugando un papel muy importante ya que tienen una gran influencia en la toma de decisiones a nivel mundial, dichas decisiones pueden ser de tipo económico, político, social y de educación. Esta capacidad de influenciar a la comunidad se debe a que existe la oportunidad de cada individuo de expresar su opinión de manera pública mediante un diálogo virtual lo que convierte a cada persona en editor y crítico en un ciberespacio (Georgetown University, 2010). Estos sistemas son llamados sociales, simplemente porque permiten la comunicación (entre compañeros, amigos, familiares y trabajadores) fácil y efectivamente y además fortalece las relaciones entre ellos.

Mientras que el uso de las redes sociales comenzó de una manera personal, ha evolucionado para usarse virtualmente en cualquier dominio. Actualmente, cualquier escuela de nivel superior en el mundo ha adoptado alguna clase de red social para poder tener un mayor alcance de individuos los cuales pueden ser alumnos potenciales, a su vez también se usan como una manera de mantener relación con los alumnos e incrementar la reputación y el orgullo de la institución. Una de las razones principales para adoptar cualquier tipo de red social en el aula de clase que cualquiera de ellas es familiar para la mayoría de los alumnos, no cuesta mucho y requiere un mínimo o nulo entrenamiento para operarlas.

Expertos en la academia aseguran que las redes sociales pueden ser usadas como una herramienta para enseñar efectiva porque es fácil de usar, es de disponibilidad inmediata, es

accesible de manera individual y crea redes de conexión entre 2 o más individuos. Las redes sociales no sólo pueden mejorar la comunicación y la colaboración entre alumnos sino que también puede facilitar la comunicación entre profesores y alumnos. Algunos estudios han mostrado que los estudiantes están más dispuestos a comunicarse con sus profesores si son amigos en Facebook.

Se ha reconocido de acuerdo a opiniones y análisis de expertos, que existen 4 principales ventajas del uso de las redes sociales en la educación superior. Estas incluyen: aumentar las relaciones humanas, mejorar la motivación para aprender, ofrecen material académico personalizado y desarrollan habilidades colaborativas (Wheeler S, 2008, Rifkin W 2009), esto significa que las actividades en las redes sociales tienen la posibilidad de aumentar el contacto entre estudiantes y que pueden ser utilizadas para promover la participación en clases particularmente cuando estudiantes introvertidos están involucrados. Individuos introvertidos pueden participar en un grupo de aprendizaje en línea, en donde la ventaja es que pueden contestar preguntas con sus compañeros o profesores individualmente sin que se presente ansiedad (Wheeler S, 2009).

El continuo uso de las redes sociales se ha convertido en un fenómeno, lo que empezó como un hobby, para muchas personas se ha convertido en una norma social y un estilo de vida. Los jóvenes de todo el mundo tienen a su disposición herramientas que la tecnología ha proporcionado y que les permiten ser protagonistas más activos en las esferas públicas. En ningún otro periodo de la historia tantas personas habían tenido acceso al discurso público como ha ocurrido desde la creación de la web y, en particular, de las redes sociales.

La primera competencia significativa es ser ciudadanos informados y estar en capacidad de desempeñar un papel activo en la sociedad democrática, por lo tanto, es fundamental tener acceso a la información. Los ciudadanos están mejor preparados para comunicar sus ideas, participar en elecciones, aprovechar oportunidades, obtener servicios, velar por los derechos, negociar eficazmente y controlar tanto las acciones del Estado, como las de los demás actores de la sociedad. Todos estos factores son clave para el buen funcionamiento de la democracia participativa y activa (Gros y Contreras 2006).

Cabe preguntarse si el sistema educacional está considerado el hecho de que el contexto sociocultural originado por esta tecnología cambia muchos de los parámetros tradicionales

de la vida ciudadana. Aparentemente, existe convicción respecto de la importancia de que los jóvenes, desde la enseñanza básica, tomen consciencia respecto de respetar al otro y de una participación activa en la vida ciudadana.

Para comprender las posibilidades que aporta internet en el contexto educativo es necesario tener claro los conceptos de tecnología física (cable, software, velocidad de transmisión, etc.) herramientas (aplicaciones que permiten al usuario utilizar los servicios de la red) y entornos (virtuales o plataformas, cuya función principal es facilitar la distribución y difusión de información y el acceso a las herramientas para la comunicación entre profesores y alumnos). En último lugar se debe hacer hincapié en las ventajas que aporta este tipo de aplicaciones para los usuarios como son: el dinamismo, la confluencia de personas con intereses comunes y la facilidad para la difusión de un determinado mensaje (Varas-Rojas L, 2009).

En general, una investigación realizada en el campo educativo identifica cuatro dimensiones principales en las que las redes sociales pueden conducir a innovaciones en la enseñanza y el aprendizaje (Lejla A, 2014).

1) Contenido. Las redes sociales permiten a los estudiantes acceder a una enorme variedad de materiales de aprendizaje en la mayoría de los casos de forma gratuita. Apoya la enseñanza y el aprendizaje en una escala de aprendizaje permanente; contribuye a la equidad e inclusión y aumenta los estándares en las instituciones de educación superior para mejorar la calidad y disponibilidad del contenido de sus cursos.

2) Creación. Las redes sociales brindan a los estudiantes la posibilidad de crear contenido digital por su cuenta y publicarlo en línea, lo que aumenta un vasto recurso de contenido creado por el usuario del que los alumnos y los profesores pueden beneficiarse conjuntamente, y también fomenta enfoques de aprendizaje más activos y proactivos.

3) Conexión. Las redes sociales son una red que conecta a los estudiantes entre sí y con sus maestros, lo que les permite compartir sus conocimientos y al mismo tiempo tener acceso a conocimientos específicos y específicos en un campo de interés determinado.

4) Colaboración. Las redes sociales hacen posible la colaboración entre los alumnos y los maestros en una tarea o proyecto dado o un objetivo conjunto, uniendo recursos y reuniendo la experiencia de un grupo de personas que trabajan para un objetivo común.

El estudio mostró que las redes sociales ya están afectando las formas en que los maestros encuentran, crean, comparten y aprenden conocimiento, a través de las oportunidades de los medios y en colaboración entre ellos. Los maestros consideran que las redes sociales son una herramienta muy útil para mejorar la enseñanza y el aprendizaje. Es importante pensar en las características de las redes sociales que se mencionaron anteriormente y pensar cómo se relaciona esto con las aulas. Casi todos los maestros (que participaron en el estudio) conocen los principales sitios de redes sociales; más del 75% visitó un sitio de redes sociales en el último mes y casi el 25% publicó contenido. Sin embargo, existe una gran diversidad entre los patrones de uso de un sitio de redes sociales a otro. (Lejla A, 2014).

Para uso personal, Facebook es el sitio más visitado. YouTube y los videos en línea son casi la mitad del uso general de las redes sociales para videos en línea en la enseñanza. El estudio también señaló las dificultades y preocupaciones de los maestros en el uso de las redes sociales. La mayoría de los maestros se preocupan por el tiempo que requiere. Las principales preocupaciones en el uso que los docentes hacen de las redes sociales en la enseñanza y el aprendizaje son: privacidad e integridad. Más del 70% informa la falta de integridad de las presentaciones de los estudiantes, y más del 60% informa que las preocupaciones de privacidad son una barrera importante.

Sin embargo, independientemente de esas preocupaciones, los maestros creen que los sitios de redes sociales ofrecen valor en la enseñanza. La mayoría informa que cree que los videos, podcasts y wikis son herramientas valiosas para la enseñanza y también que los sitios de redes sociales pueden ser herramientas valiosas para el aprendizaje colaborativo (Lejla A, 2014).

Respecto a nuestro país en la gráfica 5 podemos observar que casi el 78% de usuarios ocupan el internet con el fin de acceder a las redes sociales. De manera particular en la figura 7 podemos ver cuáles son las principales redes más utilizadas, se puede ver claramente que destaca Facebook con un porcentaje del 98% de usuarios, esto último coincide con lo mencionado en el párrafo anterior.

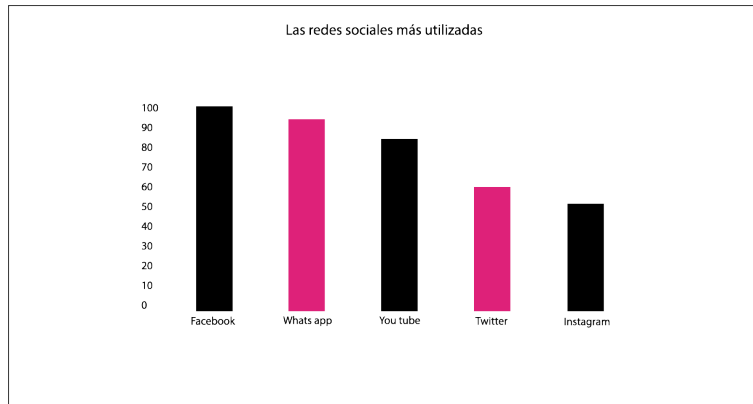


Figura 7. Redes sociales más utilizadas en México. Fuente: INEGI-ENDUTHI 2019

En una encuesta realizada por la Asociación del Internet en México en el año 2017, junto con otras entidades como Estadística digital e INFOTEC (Centro de Investigación especializado en el desarrollo de tecnologías de la información y comunicación) se puede apreciar cuales otras redes sociales también son utilizadas por los mexicanos (Figura 3). Esta encuesta realizada a 1626 usuarios encontró que:

- Facebook se mantiene como la principal red social en México
- Existió crecimiento en el uso de Instagram, LinkedIn y Snapchat con respecto al año 2016, el incremento fue del 7%.
- En promedio cada usuario en México posee 5 redes sociales.
- 1% de los mexicanos no se encuentra inscrito en ninguna.

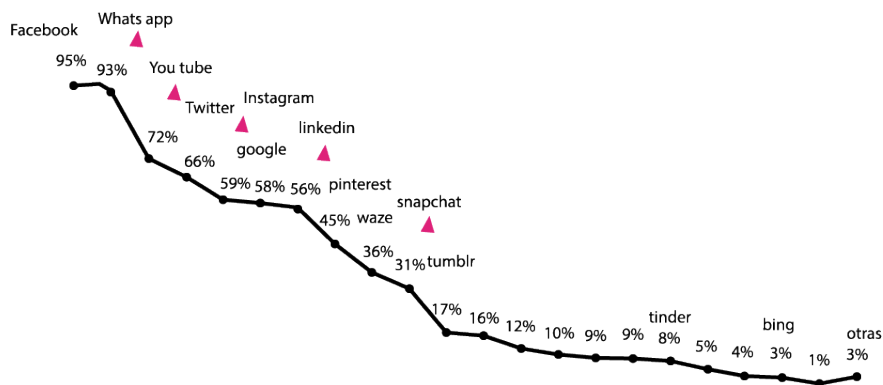


Figura 8. Redes sociales más utilizadas en México.

Estadística digital e INFOTEC (Centro de Investigación especializado en el desarrollo de tecnologías de la información y comunicación)

A manera de conclusión se dice que los beneficios de las redes sociales en el campo educativo están relacionados con el autoaprendizaje, trabajo colaborativo y pensamiento crítico (Agudo, 2018; Barrot, 2018). Incluso, los alumnos pueden compartir, responder, comentar y discutir la información de las asignaturas por medio de las redes sociales (Barrot, 2018; Fauville, Dupont, Thunet al., 2015; Prasojo, Habibi, Mukminin et al., 2017).

Por ejemplo, el uso de Facebook en las actividades escolares permite la creación de espacios virtuales idóneos para la interacción, el debate y la reflexión entre los alumnos y docentes (Kent, 2018; Rap y Blonder, 2017; Sarapin y Morris, 2015). Además, las redes sociales facilitan la construcción del conocimiento y mejoran las condiciones para el proceso de enseñanza y aprendizaje (Ríos, A.D., Ceconello, M.M., García Salemi, A.C). De hecho, el uso de las redes sociales (p.ej., Facebook y Twitter) se ha incrementado en las actividades escolares debido a que los estudiantes acceden fácilmente a Internet (Arshad y Akram, 2018; Cetinkaya y Sutcu, 2018).

2.12 Facebook

Facebook, Inc. es una compañía americana que ofrece servicio de redes sociales y medios sociales. Fundada el 4 de febrero del 2004, por Mark Zuckerberg junto con Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz y Chris Hughes; es considerada una de las cuatro compañías tecnológicas más grandes (Big Four) junto con Amazon, Apple, y Google (Rivas T, 2017, Ritholtz B, 2017). Su nombre viene de los directorios escolares denominados “face book” que usualmente las universidades americanas dan a sus estudiantes. Su sede actual es Menlo Park, California y su objetivo, según su creador es: “Ofrecer a la gente el poder de construir comunidades y hacer que el mundo esté más unido”. En sus inicios, Facebook era un sitio muy limitado, sus fundadores limitaron la membresía del sitio a estudiantes de Harvard y subsecuentemente a alumnos de Columbia, Stanford y Yale.

Después, se extendieron a las escuelas Ivy League, MIT e instituciones de educación superior en Boston; un tiempo después a otras instituciones y por último a estudiantes de preparatoria; sin embargo, a partir del año 2006 cualquier persona que pretender tener al menos 13 años se le permite registrarse y convertirse en un usuario de Facebook, aunque esto también puede depender de algunas leyes locales del sitio donde se encuentre. El servicio de Facebook puede ser accedido de cualquier aparato electrónico conectado a internet tales como computadoras personales, tablets y celulares inteligentes. Una vez registrándose, los usuarios crean un perfil personalizado revelando información sobre ellos.

Se pueden agregar al perfil fotos y archivos multimedia los cuales son compartidos con cualquier usuario que sea “amigo”, sin embargo existe una forma en la que la privacidad no es tan controlada y cualquier persona puede verlo. Los usuarios a su vez también pueden usar aplicaciones del sitio, unirse a grupos que tengan un interés común y recibir notificaciones de las actividades de sus amigos. (Rivas T, 2017, Ritholtz B, 2017).

Para diciembre del año 2018, Facebook, en su página oficial mencionaba que tenía más de 2.3 billones de usuarios activos mensualmente, sin embargo este resultado es parcial ya que enfrenta un problema al tener muchas cuentas falsas, se cree que alrededor de 3 millones solo en el último cuarto del 2018 y el primer cuarto de año del 2019. Existen más de 800 millones de usuarios en el mundo con una población de 6.9 billones, lo que significa que 1 de 12 personas tiene una cuenta de Facebook. Existen más de 70 traducciones en el sitio, y alrededor del 75% de los usuarios son de lugares fuera de los Estados Unidos (Facebook, 2011). Si Facebook fuera un país ocuparía el lugar número 3 dentro de los más poblados del mundo, sólo por detrás de China e India (Grossman, 2010).

Facebook además ofrece otros productos y servicios. Es dueño de WhatsApp, Instagram, Oculus y GrokStyle e independientemente desarrolló Facebook Messenger, Facebook watch y el portal de Facebook. Por todo esto, Facebook es una de las más valiosas compañías a nivel mundial. Esta red social así como muchos países enriquecen la vida social ya que permiten ignorar los factores distancia y lenguaje.

Importante es mencionar que Facebook recibe una gran cantidad de cobertura por parte de los medios, incluyendo muchas controversias y puntos negativos a su uso, esto generalmente tiene que ver con cuestiones como la privacidad del usuario (como en el caso del escándalo

por uso de datos de Cambridge Analytica), manipulación política (como en las elecciones de Estados Unidos en el 2016), efectos psicológicos tales como adicción y baja autoestima, así como contenido el cual puede ser falso u objetable para algunos usuarios, tales como noticias falsas, teorías de conspiración e infracción de derechos de autor (Silverman C, 2019). Más allá de esto, Facebook no elimina o remueve la información falsa que circula lo que permite la diseminación de esta y crea aún más controversias con respecto a esto.

Hablando desde el punto de vista educativo, de acuerdo con Estrella y Fajardo (2018), Facebook representa un medio ideal para mejorar la comunicación e interacción de los estudiantes en el campo educativo debido a que los jóvenes utilizan esta red social al menos 100 horas promedio al año. Asimismo, esta investigación recomienda el uso de Facebook como medio de encuentro, distribución de los contenidos, motivación, apoyo en el aprendizaje y satisfacción. Incluso, permite la construcción de nuevos espacios virtuales para la interacción y comunicación de los estudiantes por medio de la publicación de tareas, envío de los mensajes, creación de los comentarios en el muro y la consulta de los videos. Por último, los docentes del Siglo XXI pueden innovar las prácticas educativas dentro y fuera del salón de clases por medio de la incorporación de las redes sociales en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Como lo hemos mencionado anteriormente, en la actualidad las redes sociales están modificando la forma de intercambiar y compartir la información de manera instantánea en cualquier momento y en cualquier parte del mundo (Froment, García y Bohórquez, 2017). En particular, Facebook facilita la interacción entre los participantes del proceso educativo y mejora el rendimiento académico de los estudiantes por medio del envío y la difusión de los videos, la información de la asignatura y los hipervínculos web (Ríos, A.D., Ceconello, M.M., García Salemi, A.C) . La mayor fortaleza de Facebook, que la hace interesante para un posible uso educativo de carácter colaborativo, es su alta tasa de penetración en la población estudiantil universitaria (Gómez y López, 2010). Facebook ha superado a nivel planetario los 1.400 millones de usuarios.

Los servicios que ofrece Facebook son gratuitos y se prestan en línea. Una de las mayores facilidades que ofrece esta red social es poder ubicar personas a través de su correo electrónico, sin embargo existen otras posibilidades de interacción:

- a. Como usuario: donde cada persona invita a otras a formar parte de su red social para intercambiar mensajes, fotos, videos y enlaces.
- b. Grupos: es el más indicado para usarlo con fines educativos. Reúne a personas con intereses comunes o fines específicos, bajo la administración de uno de los miembros; su acceso puede ser abierto, privado o secreto; cuenta con foro de discusión y calendario para publicar eventos y se pueden añadir, enlaces, fotos y videos.
- c. El Muro: es una especie de cartelera que cuenta cada usuario donde éste y sus amigos colocan los mensajes.
- d. Páginas: son creadas por usuarios para fines específicos como son comerciales, institucionales, centros docentes, o de página Web de una personalidad, por ejemplo, y son seguidas por usuarios interesados en su contenido. Cuenta con foro de discusión, calendarios para publicación de eventos y se pueden publicar fotos, videos, notas, etc. (Ríos, A.D., Ceconello, M.M., García Salemi, A.C).

Usuarios de Facebook ligados al ámbito académico, tales como profesores, bibliotecarios y estudiantes que usan este sitio web como plataforma educativa, han desarrollado algunas aplicaciones que facilitan el proceso de enseñanza/aprendizaje. De esta manera podemos notar que el uso de esta red social puede ser beneficiosa en el sector educativo, y en particular universitario; sin embargo debe tenerse precaución en su uso como lo veremos en el apartado que viene. Aspectos importantes en el uso de Facebook como estrategia de aprendizaje en las universidades.

Ya hemos mencionado anteriormente en otros apartados las ventajas de usar las redes sociales en otros ámbitos incluyendo la educación, sin embargo, en este apartado nos dedicaremos más puntualmente al contexto universitario, tanto desde el punto de vista de los docentes como de los alumnos respecto al uso de Facebook para el proceso de enseñanza-aprendizaje (Gómez-Hurtado F, 2018).

El hacer uso de la red social Facebook le permite al docente:

- Promover el trabajo colaborativo en su materia.
- Abrir la asignatura más allá de las paredes del aula.
- Permite acceder al conocimiento al instante y contantemente seguir actualizado.

- Crear una red de contactos docentes y profesionales (mostrándole al alumno la realidad profesional).
- Desarrollar competencias informacionales (saber diferenciar cual información realmente es importante y confiable).
- Reflexionar los trabajos generados y experiencias (al compartir y exponer situaciones y retos por los alumnos)

Las comunidades virtuales de aprendizaje que se crean en Facebook son grupos temáticos de individuos con una finalidad educativa, se fundamenta en el hecho de que las personas aprendemos socialmente, a través de la participación activa en el desarrollo de actividades con sus pares y otras personas, aunque en muchos casos estas actividades sean individuales. Este tipo de comunidades favorecen aspectos como:

- La comunicación y la participación.
- Alienta el aprendizaje a través de las relaciones sociales que se dan entre sus miembros mediante sus reflexiones y recursos o ideas compartidas, generado nuevo conocimiento.
- Ofrecen un entorno con múltiples herramientas y materiales.
- Facilitan el contacto entre alumnos y docentes.
- No hay problemas relacionados con la ubicación o el tiempo.
- Favorecen el acceso a gran cantidad de información.
- Promueven la formación de alumnos autodidactas.
- Le dan una idea al alumno de las posibilidades que tiene una vez terminada su formación.

De manera general podemos mencionar a grandes rasgos las ventajas del uso de Facebook en el sector educativo:

- Publicar y compartir información.
- Incorpora contenido en diferentes formatos.
- Facilitar la comunicación y la socialización (permite incluso la integración de alumnos introvertidos).
- Posibilita la retroalimentación informativa casi instantánea.

- Permite construir de manera compartida el conocimiento.
- Motivar al estudiante e implicarle más activamente en la asignatura.
- Favorecer el aprendizaje autónomo del estudiante.

Desventajas del uso de Facebook en el sector educativo:

- Reducción de la atención y la productividad (debido a la multitud de distracciones dentro del sitio web y el uso del internet)
- Actitud negativa por parte de los alumnos y docentes por miedos a exponer su vida privada dentro del entorno académico.
- Dependencia y adicción.
- Aumento de peligros asociados a la seguridad y privacidad como ciberbullying, grooming, sexting o sextorción.
- Infoxicación (el exceso de información que se encuentra en la red, algunas veces siendo falsa la información o no respaldada adecuadamente).
- Conflictos en los grupos de trabajo y estudio creados debidos a comentarios o faltas de respeto entre alumnos y docentes.
- Uso excesivo de estas tecnologías.
- Suplantación de identidad.
- Plagio del material compartido.
- Nuevos virus y peligros en la red asociados a la privacidad como los comentados con los alumnos otros.

Una vez expresado todo lo anterior podemos observar que las desventajas del uso de Facebook podrían incluso sobrepasar las ventajas, sin embargo la mayoría de estas dificultades son fácilmente superables y están asociadas principalmente a los miedos debido a la novedad y el desconocimiento de como se usan estas tecnologías. Las maneras de como se podrían proteger tanto alumnos como maestros son dominar aspectos sobre el uso de Facebook como son la privacidad y cómo utilizarlas y pensar antes de publicar algo que pasaría si lo hiciéramos en la realidad y no en la red ya que conociendo características como la viralidad en la red o la dificultad de borrar nuestro rastro nos hará tomar consciencia de lo peligroso que puede llegar hacer un simple comentario sin pensarlo previamente.

El anonimato y la inmediatez de la red muchas veces nos lleva a actuar y decir cosas que quizá en otro contexto y con una audiencia mucho menor no haríamos. Como docentes es importante no perder de vista nuestro rol como facilitadores y guías siguiendo las nuevas estrategias de la innovación educativa, anteriormente mencionadas.

2.13 Teoría organización como sistema

Desde la Teoría General de Sistema planteada por Niklas Luhmann, en las organizaciones educativas, son sistemas que se relacionan con el entorno, por lo tanto, las modificaciones y adecuaciones que ocurren en él, afectan a la organización educativa. La información que la organización recibe de su entorno, le permiten reestructurar su propio sistema para adecuarse a él. Sólo así, una organización puede sobrevivir y lograr los objetivos planteados; objetivos que generalmente deben ser coherente con la realidad en la cual cada organización convive (es decir, con su entorno).

El conocimiento de cómo una organización se desarrolla, desde el punto de vista sistémico, posibilita observar la coherencia o discrepancia con el entorno, esto nos permite saber si la organización trabaja de acuerdo a las necesidades que surgen de su realidad, para así, poder elaborar los objetivos que satisfagan esta necesidad detectada (Ibarra Cortés, 2012)

Considerando que por síntesis se entiende “la acción o el efecto de pasar de lo más simple a lo más complejo” (Ferrater, 1998), puede entonces decirse que el método sintético pasa de unos cuantos pensamientos u objetos simples a una serie de pensamientos u objetos compuestos.

Al respecto (Ackoff 1998) asume que la síntesis es la clave del pensamiento sistemático, así como el análisis lo fue para el método científico. Pero ambos procesos, análisis y síntesis, son complementarios, pues en tanto que el análisis se concentra en la estructura y revela cómo trabajan las cosas, la síntesis se concentra en la función y revela por qué operan las cosas como lo hacen.

El enfoque de sistemas o pensamiento sistémico tiene sus fundamentos en la teoría general de sistemas, acerca de la cual Bertalanffy manifestó que no es “una moda efímera o técnica

reciente la noción de sistemas es tan antigua como la filosofía europea ... y puede remontarse al pensamiento aristotélico (Von Bertalanffy, 1972). A la vez, dicha teoría, de acuerdo con (Van Gich 1989), puede ser considerada como una metodología de diseño que considera que:

- El todo es más que la suma de las partes
- El todo determina la naturaleza de las partes
- Las partes no pueden comprenderse si se consideran en forma aislada del todo
- Las partes están dinámicamente interrelacionadas o son interdependientes

Por último, Ackroff (1998) dice que un sistema satisface también las siguientes tres condiciones:

- La conducta de cada elemento tiene un efecto sobre la conducta del todo
- La conducta de los elementos y sus efectos sobre el todo son interdependientes
- Sin importar cómo se formen los subgrupos de elementos, cada uno tiene un efecto sobre la conducta del todo, y ninguno tiene un efecto independiente sobre él.

2.14 Teoría general de la acción

Parsons frente al modelo behaviorista del comportamiento, entendido como respuesta a estímulos y observable desde fuera, insistió en la importancia fundamental, tanto para las ciencias sociales como para las ciencias humanas en general, de la categoría de “action”, entendida como comportamiento intencional y, por tanto, significativo. Mas para que el concepto de intencionalidad (que es el que diferencia a la acción del comportamiento observable desde fuera) sea condición esencial para describir la acción, lo decisivo para él inspirándose así en las indicaciones de (G. H. Mead) es la idea de que el lenguaje es indispensable para orientar la acción.

J. Habermas, siguiendo a W. I. Thomas, ha formulado muy claramente este hecho cuando afirma que: “El sentido intentado por el sujeto agente es la única vía de acceso adecuado a un comportamiento que está inspirado en una situación que ya ha sido interpretada por él mismo” En este proceso el lenguaje es siempre algo que preexiste de suyo a lo individual en

medio del contexto de la vida social; y los contenidos de sentido que él transmite no sólo posibilitan, sino que también trascienden, las intenciones subjetivas de sentido del individuo.

Así pues, Parsons no indaga, como hiciera G. H. Mead la génesis de los valores culturales sobre la base de las recíprocas anticipaciones de sentido de las actitudes comportamentales de los individuos en el proceso de la interacción, sino que parte del hecho de que la reciprocidad de las actitudes comportamentales presupone ya en cualquier sistema social dado un sistema de valores culturales.

De aquí que la teoría general de la acción la divide Parsons en tres sectores teoría de la personalidad, teoría de la cultura y teoría de los sistemas sociales, que es la que a su vez pone en conexión con las otras dos. Y así, la teoría de la personalidad queda asignada a la psicología la teoría de la cultura, considerada globalmente, es el objetivo al que tienden los esfuerzos de la antropología cultural y junto a ella están las ciencias humanas “formales” o ciencias del espíritu, cuyo objeto es para Parsons “analizar en sí mismo el contenido de los sistemas que constituyen un patrón cultural, sin considerar sus implicaciones en los sistemas de acción” (Ballina Ríos, 2000).

La teoría de los sistemas sociales ocupa en su esquema un lugar intermedio entre la teoría de la personalidad y la teoría de la cultura. Aún más, es a la que, a la postre, se asigna la tarea de poner en conexión a estos otros dos sectores, en cuanto que describe cómo se integran los individuos en la normativa establecida por el sistema cultural. Desde este enfoque, el objeto específico de la teoría sociológica consiste estrictamente, junto con la economía y la ciencia política, en institucionalizar en sistemas sociales los procesos que van orientando hacia los valores el comportamiento individual.

2.15 Procesos de modernización administrativa

La Nueva Gestión Pública (NGP) por su lado, ha prestado atención a la administración pública, ha cuestionado su estructura burocrática de organización y operación la centralización jerárquica y la reglamentación precisa e inalterable y se ha prestado como una disciplina o práctica profesional que posee los métodos de reorganización y de trabajo, apropiados para incrementar la eficiencia y mejorar la calidad de la gestión gubernamental.

Denhardt y Denhardt (2007), habla que este enfoque se basa en siete principios sinérgicos: servir a los ciudadanos, no a clientes; procurar el interés público; valorizar la ciudadanía, no el empresarismo; pensar estratégicamente; actuar democráticamente; no dar por sentada la rendición de cuentas; servir en lugar de dirigir; valorizar la gente, no a la productividad. El gobierno debe ser un facilitador y catalizador, debe empoderar a los ciudadanos y promover el valor de una relación armónica entre el estado, mercado y sociedad. Además de accountability hacia los ciudadanos, exige valores sociales, observancia de normas políticas, respeto por derechos civiles y cumplimiento de estándares profesionales.

Es por demás evidente, como en el caso de e-government, la estrecha vinculación entre este enfoque y el de gobierno abierto. Las TIC hicieron la gran diferencia, en la medida que expandieron las posibilidades de una comunicación, diálogo y colaboración de doble vía entre la ciudadanía y gobierno, a partir del desarrollo de la Web 2.0⁷. Las nuevas tecnologías habilitaron nuevos canales para que la sociedad civil participe, frente al estado, en el triple rol de co-decisor de políticas, co-productor de bienes y servicios y contralor de la gestión pública. (García Sánchez, 2007).

2.16 Procesos de modernización administrativa

Una de las estrategias de los gobiernos de modernización administrativa para producir más con menos” ganando la productividad y rendimiento de los servicios públicos, al mismo que se busca legitimizar la acción del estado.

No se trata solo de una reforma técnica de las organizaciones públicas sino de una reestructuración del ámbito público y de sus formas de actuación que tiene entre sus propósitos declarados mejor la capacidad directiva de los gobiernos; las líneas centrales del cambio y de la modernización administrativa pretenden, entre otras cosas, devolver la autoridad a la dirección política, asegurar el desempeño, el control y la rendición de cuentas de las organizaciones públicas, ofrecer servicios públicos responsables, y mejorar la gestión de los recursos humanos, aprovechando las nuevas tecnologías. La propuesta se acompaña de una drástica reducción del sector público, en tamaño en recursos y en influencia.

⁷ Web 2.0 es un concepto que se acuñó en 2003 y que se refiere al fenómeno social surgido a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en Internet

Sin embargo, los contenidos que asociamos con la NGP siguen siendo un referente a la hora de abordar reformas en el sector público. Términos como evaluación, desempeño, o rendición de cuentas, han pasado a ser parte del acervo común con el que afrontar la mejora de las organizaciones públicas. Pero es que la NGP ha perdido también, si es que en verdad en algún momento lo tuvo, su carácter de “modelo” y su carácter combativo o propagandístico, del que sí hizo gala. La NGP se ha ido diluyendo en una serie de técnicas y formas de organizar la producción de servicios, no todas del mismo carácter ni de la misma utilidad, que han pasado a formar parte del conjunto de conocimientos y habilidades que debe poseer un buen gestor (Aguilar, 2007).

2.17 Las Instituciones de Educación Públicas

Se denomina Educación Pública al sistema nacional educativo gestionado por la administración pública y sostenido con los impuestos de los ciudadanos; lleva a cabo la planificación, supervisión o ejecución directa de planes de estudio y educación escolarizada de diversos niveles académicos siendo preeminente la realización de los niveles que la norma jurídica considere obligatorios (Hernández G, 1999). El objetivo de la educación pública es la accesibilidad de toda la población a la educación, y generar niveles de instrucción deseables para la obtención de una ventaja competitiva. Una institución educativa se clasifica como pública si:

- 1.- Es controlada y administrada directamente por una autoridad o agencia de educación pública
- 2.- Está controlada y administrada directamente por una agencia gubernamental o por un órgano rector (Consejo, Comité, etc.) donde la mayoría de sus miembros son nombrados por una autoridad pública o elegidos por una franquicia pública.

La medida en que una institución recibe su financiamiento de fuentes públicas o privadas no determina el estado de clasificación de la institución. Es posible, por ejemplo, que una escuela de gestión privada obtenga todos sus fondos de fuentes públicas y que una institución controlada públicamente obtenga la mayor parte de sus fondos de las tasas de matrícula pagadas por los mismos alumnos que la conforman. Del mismo modo, la cuestión de si un

organismo público o privado posee o no los edificios y el sitio de una escuela no es crucial para el estado de clasificación. El término "propiedad" puede referirse a la propiedad de los edificios escolares y el sitio, o alternativamente la propiedad de la institución en el sentido de control de gestión final. Solo en este último sentido la propiedad es un concepto relevante en la clasificación de las instituciones UNESCO (2011).

Actualmente las instituciones de educación pública se encuentran en tensión debido al nuevo cambio global que hay con respecto a la educación, existe cierta incertidumbre en cuanto a lo que se consideraba una educación tradicional y la presente innovación en la enseñanza; lo anterior es de esperarse debido a la entrada de los avances tecnológicos los cuales han provocado la configuración de un nuevo paradigma cultural (Freire, 2008; Gere 2002; Angulo y Vázquez, 2010); este paradigma evidencia como nos relacionamos con la información y como gestionamos el conocimiento de un modo muy distinto al que hasta ahora se venía haciendo.

La nueva forma de relacionarnos con la información y el conocimiento implica transformaciones en el modo en que se construye y desarrolla los sistemas educativos y la formación docente, así como en el modo de concebir el conocimiento y la profesionalidad del profesorado. Sin embargo, muchas de las escuelas están cambiando con mayor lentitud que la sociedad en las que se ubican, y no están dando respuestas a las demandas de los nuevos modos y formatos de información y gestión del conocimiento, esto explicado probablemente por falta de información y capacitación del personal.

Ante esta nueva situación, podemos observar que la cultura ya no es única y estable sino múltiple, cambiante y miscelánea, ahora es una cultura digital. La escuela pública, como espacio y contexto que tiene como fin principal el acceso a la cultura, debe asumir la misión de prepararse para poder enfrentarse a estos cambios. Las tecnologías y herramientas digitales ahora forman parte de nuestras experiencias diarias y colaboran en la creación, construcción e interpretación de la realidad que nos rodea (Gerbner, Morgan y Signorielli, 1996) incluyendo la manera en que somos educados. Las instituciones de educación públicas por tanto deben de asegurar que todos tengan las mismas oportunidades de participar en esta

nueva educación digital, enseñar cómo dichas herramientas influyen en el mundo y garantizar que el uso de las redes de comunicación sea ético.

2.18 La Organización en las instituciones de educación superior

Con respecto al Desarrollo Organizacional (DO) de una institución podemos empezar diciendo una famosa frase la cual dice así: “El personal es el recurso más valioso de cualquier institución”, esta cita fue probablemente dicha por Partin en 1977. Audirac en el 2007 nos ayuda a entender de una mejor manera que es y para qué sirve el desarrollo organizacional, él nos define que: “El DO es un esfuerzo de cambio para mejorar, a largo plazo, guiado y apoyado por la alta dirección, la visión, la delegación de autoridad, el aprendizaje y los procesos de solución de problemas de una institución, mediante una administración constante y de colaboración de la cultura establecida, con un énfasis especial en la cultura de los equipos de trabajo naturales y en otras configuraciones de equipos” (Valenzuela y Barrón, 2017).

Por esfuerzo a largo plazo nos referimos a que el cambio y el desarrollo organizacional llevan tiempo (meses e incluso años) y este esfuerzo debe irse adecuando a las necesidades que la sociedad va requiriendo, tales como en esta tesis se menciona, la adecuación de las instituciones públicas de carácter educativo a nivel superior a las nuevas herramientas digitales, por mencionar un ejemplo. En cuanto al proceso de visión, es aquel en el cual los miembros de una institución desarrollan una imagen viable, coherente, compartida de la naturaleza de las contribuciones y los servicios que ofrece la institución, de la forma en la cual esos servicios se producirán y se entregarán a los usuarios. (Valenzuela y Barrón, 2017).

El enfoque de este tema de esta tesis, esto se refiere a como la institución por medio de las redes sociales se presenta y ofrece a la comunidad en general las alternativas educativas que imparte; por proceso de delegación de autoridad se refiere a las conductas de liderazgo y prácticas de recursos humanos que permiten que los integrantes de una institución desarrollen y utilicen sus talentos en una forma tan plena como sea posible, hacia las metas del desarrollo individual y del éxito colectivo.

En este caso, aplicado a este trabajo nos referimos a la responsabilidad de los departamentos encargados de difusión e informática los cuales sepan utilizar las herramientas digitales de

una manera correcta estableciendo normas de su uso dentro de la universidad; por procesos de aprendizaje nos referimos a la interacción de escucha y de introspección que facilitan no sólo el aprendizaje individual, sino del equipo y la institución.

Se ha comprobado que las herramientas digitales enfocadas a la comunicación por redes sociales favorecen el aprendizaje individual si son utilizadas eficientemente, además se sabe que la interacción profesor-alumno puede mejorar si hay comunicación mediante las redes; la parte de resolución de problemas se enfoca en como los miembros de una institución diagnostican las situaciones, conocen los problemas, toman decisiones y emprenden acciones con relación a los problemas, oportunidades y retos en el entorno de la institución y en su funcionamiento interno. Este punto es importante para nosotros ya que esta tesis pretende implementar un acuerdo de uso de las redes sociales, en particular Facebook dentro del entorno universitario de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí .

En cuestión de la administración constante y de colaboración de la cultura de la institución nos referimos a la cultura, patrón prevaleciente de valores, actitudes, creencias, hipótesis, expectativas, actividades, interacciones, normas y sentimientos. La administración de la cultura debe ser un esfuerzo de colaboración que satisfaga los deseos y las necesidades de los individuos, al mismo tiempo que fomente los propósitos de la institución. En este punto, las redes sociales pueden cumplir satisfactoriamente el papel de difundir eventos culturales no sólo de la universidad sino en un sentido más abierto cualquier evento que favorezca valores y actividades que sirvan en el desarrollo personal y social de los individuos.

En cuanto a los equipos de trabajo naturales, dicho grupo son los bloques de construcción básicos de mejores centros educativos, se pretende que la implementación de las políticas derivadas de esta tesis favorezca precisamente interdisciplinariedad de diferentes grupos de trabajo que son unidos gracias a las herramientas digitales.(Montoya-Agudelo C, 2016).

En esta época de transformaciones, la comunicación, obviamente, no podía quedarse al margen de ellos. Por el contrario, este ámbito de la actividad humana, que tanto protagonismo alcanza en la sociedad contemporánea, conoce ahora muchos cambios, sobre todo las que tienen que ver con las máquinas de comunicar y con los usos que les damos en los escenarios de nuestra vida cotidiana. Esta necesidad de adaptarse a dichos cambios se da también en el

campo de la comunicación institucional, donde se observa cómo éstos se suceden con rapidez.

Actualmente, la última novedad consiste en promover la imagen de las instituciones públicas mediante grupos que las presentan en vídeos –que, por lo general, responden a un formato ya casi estandarizado, reconocible como tal, de contenidos generados por usuarios que se difunden entre sus potenciales públicos a través de sitios para compartir. El gobierno no es la excepción, dichos anteriormente, los retos telemáticos han originado lo que ahora conocemos como un e-gobierno, el cual es un gobierno que utiliza las herramientas digitales para alcanzar objetivos particulares con el fin de promover una sociedad transparente. El reconocimiento de que las administraciones no constituyen entidades aisladas de su entorno, sino que, por el contrario, deben relacionarse de distintos modos con el entorno –en especial, ofreciendo información respecto de todo lo que sea de interés público–, motiva ciertos en la comunicación institucional.

Esta comunicación especializada iría alcanzando, pues, un creciente reconocimiento en el núcleo de las instituciones. Y es que las administraciones, como otras organizaciones, han aumentado su complejidad a medida que lo hacían sus contextos sociales. De modo que, gradualmente, la comunicación pasaría, en las entidades administrativas, de generar primero desconfianza a reconocerse después como un servicio público, que permitiese a los administrados conocer sus derechos y deberes, sus oportunidades, que las administraciones lograsen mayor transparencia, rindiendo cuentas a la sociedad y buscando también un mayor grado de participación e implicación en la consecución de sus fines, tanto de los administrados como de los administradores.

El despliegue de la comunicación y la información, entre otros fines, para conocer a sus administrados (sus necesidades) y a los mismos integrantes de la administración (lo que piensan, lo que saben), para informarles de lo que hacen y de cómo les afecta, es parte de la comunicación organizacional, la cual, como ya se ha dicho, se acomoda a las exigencias de su entorno. Las nuevas tecnologías como el internet en las instituciones públicas se han fusionado lenta pero exitosamente.

La finalidad de una buena organización en una institución es trabajar en conjunto para identificar, definir y resolver los problemas y aprovechar las oportunidades. En cuanto a este trabajo de investigación se cree que la implementación de la normatividad en cuanto al uso de las redes sociales, y en particular del facebook, ayudaría a fomentar y crear nuevas oportunidades para alumnos y maestros e inclusive extenderse fuera de la universidad.

2.19 Gobierno abierto e innovación tecnológica

La incorporación de la innovación tecnológica en los procesos tanto internos como externos de la actuación pública. Dentro de los procesos está encaminada a favorecer la implantación de sistemas de información que simplifiquen los procesos de planificación, gestión y control. Respecto a los sistemas de información externos internet, puntos de consulta automáticos, correos electrónicos, etc. Se intenta facilitar el acceso a los ciudadanos a sus expedientes sin necesidad de desplazamiento y sin esperas. Nuevos retos telemáticos orientados a un e-gobierno.

Esta tendencia se acentúa cuando repentinamente, ciertos procesos en apariencia desconectados, convergen en el tiempo y se cristalizan en un fenómeno nuevo que los contiene y les otorga un nuevo sentido. (Ozslak, 2013). Esto es lo que ha ocurrido con el “gobierno abierto”, término con múltiples acepciones al que se identifica variablemente como nuevo paradigma, modelo o filosofía de gobernanza pública. Esta convergencia ha reunido a una vieja tradición de estudios sobre gestión pública; a esfuerzos de investigación, más cercanos en el tiempo, sobre democracia deliberativa y participación ciudadana; y a un novedoso y creciente campo de estudios sobre tecnología de la información y la comunicación (TIC).

Podría afirmarse que el pasaje del termino al concepto de Gobierno Abierto se produjo a partir de 2009, cuando el flamante Presidente Obama dio a conocer su famosa directiva, que le dio un contenido más preciso y, hasta cierto punto, definió sus alcances. Sin embargo, ese documento no cerró la cuestión conceptual. Desde cada uno de los campos del conocimiento que, según lo he planteado, convergieron en plantear esta nueva filosofía, numerosos autores

prosiguieron ofreciendo diferentes versiones del concepto o distintas interpretaciones sobre sus orígenes.

Así, por ejemplo, desde las ciencias de la información, se ha afirmado que el movimiento de Gobierno Abierto surgió históricamente a partir de tres corrientes diferentes: de aquellos que abogaban por un gobierno abierto enfocado hacia la sanción de la Ley de Acceso a la Información; de los partidarios del desarrollo de software libre y datos académicos abiertos; y de los emprendedores de innovaciones abiertas, incluyendo tanto a los enrolados en el Gov. 2.0, como a los funcionarios gubernamentales que buscaron conocimientos expertos en la sociedad. (Peer To Patent).

Podemos recurrir a otras fuentes la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) ha definido como gobierno abierto a aquel caracterizado por la transparencia de sus acciones, la accesibilidad de los ciudadanos a sus servicios e información, y la receptividad gubernamental a nuevas ideas, demandas y necesidades. Por su parte, el Banco Mundial define al gobierno electrónico como aquél que usa tecnología de información capaces de transformar su relación con los ciudadanos, empresas y otras ramas del gobierno, y pueden servir una variedad de fines: mejor producción de servicios gubernamentales, una interacción más fluida con la empresa privada, mayor empoderamiento del ciudadano a través del acceso a la información o un desempeño gubernamental más eficiente.

Los beneficios resultantes pueden traducirse en menor corrupción, mayor transparencia, mayor conveniencia para el usuario, crecimiento de la recaudación y/o reducción de costos. De acuerdo a Gartnrt Research, el gigante mundial de las tecnologías de información y comunicación (TIC), el gobierno abierto (o según sus términos gobierno 2.0) se define como el uso por los gobiernos de las tecnologías de la web 2.0 tanto interna como externamente para aumentar la colaboración y transparencia, así como para transformar potencialmente la forma en que las agencias gubernamentales operan y relacionan con los ciudadanos.

La evolución las TIC, cuyo veloz desarrollo crea esta permanente necesidad de acuñar nuevos nombres para aludir a una realidad que se transforma aceleradamente a medida que la tecnología crea nuevas aplicaciones y la cultura se va transformando paralelamente. Cruz – Rubio (2014) ha hecho, quizás el esfuerzo más amplio y sistemático para establecer qué es y qué no es gobierno abierto.

El autor sostiene que, por tratarse de un paradigma en construcción, ofrecerá su propia propuesta definición. Así caracteriza al GA como: “Una filosofía político administrativa, un nuevo paradigma o modelo de interacción sociopolítica que basado firmemente en los valores y principios de transparencia, de la democracia participativa y empoderamiento ciudadano, de la rendición de cuentas, el open data y del uso de avances tecnológicos, y en la conformación de gobiernos como plataformas que promueven la colaboración e interacción se constituye como un modo y/o estrategia para el diseño, implementación, control y evaluación de políticas públicas y para procesos de modernización administrativa, y que ubica al ciudadano en el centro de atención y de prioridad, ofreciendo así una alternativa para la gestión de lo público. Como filosofía político administrativa, es pues diferenciable respecto de otras estrategias o filosofías político – administrativas existentes”.

2.20 Comunicación social en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

En las organizaciones la comunicación es un proceso de doble dirección: abarca la transmisión a un centro decisorio (es decir, a un individuo investido de la responsabilidad de tomar determinadas decisiones) de órdenes, información y consejos y la transmisión de las decisiones tomadas desde este centro a las demás partes de la organización. Además, es un proceso que tiene que lugar hacia arriba, hacia abajo y, lateralmente, a lo largo de toda la organización. La información y las ordenes que descienden por los canales formales de autoridad y la información que asciende por medio de estos mismos canales, son únicamente una parte pequeña de la red total de comunicaciones en toda organización real.

En todos los casos los individuos de la organización poseen la información relacionada con determinadas decisiones que deben hacerse. Una manera aparentemente sencilla de asignar la función decisoria sería asignar a cada miembro de la organización aquellas decisiones sobre las que posee la información necesaria. La dificultad básica en esto es que no toda la información relacionada con decisión concreta se halla en posesión de un solo individuo. Así, pues, si se divide la decisión en las premisas componentes y se asignan estas a individuos separados, es necesario establecer un proceso de comunicación para transmitir los

componentes desde los centros separados a algún punto en que se puedan ser combinadas y transmitidas, a su vez, a los miembros de la organización que tendrán que ser ejecutadas.

Únicamente en el caso de que el hombre que debe ejecutar una decisión sea también el mejor situado para tomarla, no existe problema de comunicación; y en este caso excepcional no existe, desde luego, razón para organizarla. En todos los demás casos deben de idearse medios para transmitir la información desde sus fuentes organizativas a los centros decisorios, desde los centros en que se toman las decisiones componentes hasta los centros en que estas se combinan, y desde estos últimos a los puntos de la organización en que estas decisiones tienen que ser ejecutadas.

Las dificultades de transmisión desde las fuentes de información a los centros decisorios tienden a acercar los primeros, en tanto que las dificultades de transmisión los centros decisorios a los puntos de acción actúan en dirección contraria. La tarea de situar debidamente los centros de decisión consiste en equilibrar estas tendencias opuestas.

- La comunicación formal y no formal

En su caso se hablará de manera formal en la que los canales de comunicación y medios han sido establecidos consiente y deliberadamente se encuentra pronto complementado por una igualmente importante red no formal de comunicaciones, basada en las relaciones sociales dentro de la organización. La relación entre el sistema formal y el no formal se comprende mejor a través del examen de los medios de comunicación.

- Receptividad para las comunicaciones

Debemos dedicar tiempo a la atención de su destino. Se señala que la atención que prestará a una información quien la recibe no es simplemente un asunto de lógica. La fuente de la comunicación y la manera en que se presente determinarían la consideración que le dará quien la reciba. Si se mantienen los conductos formales, las comunicaciones que pasen por ellos producirán un efecto que estará reforzado por la autoridad que les dé si carácter “oficial”. Por otro lado, una información o un consejo que no se han pedido pueden recibir una atención escasa o no recibir ninguna.

El hecho de que la importancia dada a una comunicación dependa de su fuente, vale en la transmisión hacia arriba, lo mismo que hacia abajo; las sugerencias en sentido ascendente pueden recibir escasas consideración, a menos que la persona que las ofrece se encuentre en una posición asesora formal y las transmita por los canales apropiados. Esto ocasiona muchos contratiempos, en especial en los niveles inferiores de la organización; pero es difícil ver de qué manera puede eliminarse por completo sin destruir la estructura de la organización. También dependerá de su forma de atención que se preste a una comunicación. Hemos hecho resaltar, en la exposición de las relaciones de autoridad, la aceptación de esta por el subordinado. El punto fundamental es si el que recibe una o cualquier otra clase de comunicación se deja influir. El problema de conseguir que los empleados cumplan una regla de seguridad no se diferencia mucho del de conseguir que un cliente acepte una marca determinada. En algunos casos, la autoridad formal debe ser aliciente bastante para que el subordinado la acepte; pero, de ordinario, la comunicación necesita ser razonada, alegatoria y persuasiva, tanto como ordenar, si quiere ser eficaz.

En relación con esto la comunicación ha de ser verbal o escrita y si ha de estar redactada en lenguaje formal o no formal. En todos los casos, el estado de espíritu del que ha de recibirla, sus actitudes o motivaciones, serán los factores básicos para determinar el diseño de la comunicación. La función de esta después de todo, no es la de desembarazar de algo la mente de la persona que la transmite, sino la de llevar algo a la mente y a las acciones de la persona que la recibe.

2.21 Indicador PIDE en el área de comunicación digital de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Desde que nacemos estamos continuamente formando parte de y construyendo redes sociales; en ocasiones, la usamos como referencia de nuestros comportamientos y, a su vez, podemos servir de modelo para los demás. El término red social extrapolado al ámbito de la comunicación, y más concretamente a Internet, busca la diferenciación con las relaciones de contacto establecidas entre los medios de comunicación masivos y sus públicos para connotar los significados relacionados con la cooperación y el sentido de pertenencia a una comunidad

entre iguales (argumentativamente ficticia). Las redes sociales en Internet permiten generar actividades de comunicación, cooperación y comunidad, objetivos principales de una universidad.

Puesto que la web social es el canal de comunicación e información preferente para el público joven (como lo hemos mencionado anteriormente), los nuevos medios digitales se convierten en uno de los principales ejes de la estrategia de comunicación cuando nos dirigimos a esa parte de la población, siendo fundamental en el caso de las universidades. La Universidad, por ende tiene que adaptarse a los desafíos que le plantea su medio histórico; sin embargo, esta tarea no es simple, ya que hay que conocer las características y el alcance de las nuevas formas de comunicar, cómo integrarlas en las estrategias comunicativas que cada universidad establezca así como evaluar su utilidad y eficacia.

De manera general, podemos caracterizar a la Universidad como una institución especial, que se ocupa de una singular materia (el saber: enseñanza, divulgación, creación y aplicación de nuevos conocimientos que interpretan y transforman la vida) y en cuya actuación están implicados de diferente manera diversos actores sociales, tanto internos: los cuales son integrantes de la comunidad universitaria y agrupados bajo las categorías de estudiantes, personal docente e investigador y personal de administración y servicios; como externos a la institución, las cuales pueden ser otras administraciones públicas, entornos económicos, educativos y culturales, antiguos y futuros estudiantes, etcétera.

En consecuencia, la Universidad debe, probablemente, adoptar un modelo en el que tengan más importancia las estrategias sociales, que le lleven a potenciar la colaboración y la participación del público implicado, la construcción colectiva de los conocimientos y de la misma organización. Es responsabilidad de la Universidad profundizar en el cambio de su modelo comunicativo, adecuándolo a las exigencias y las posibilidades del sistema de comunicación del que empiezan a disponer nuestras sociedades.

La comunicación universitaria a través de los medios digitales fluye de forma multidireccional y su finalidad no se reduce al mero reporte de datos de utilidad sobre la institución universitaria, sino que conlleva multitud de gratificaciones posibles para el público en general, universitario y no universitario, que resultan en la creación de vínculos de identidad entre los miembros de las comunidades universitarias, que ahora también pueden fortalecerse en el hiperespacio.

Por todo lo dicho en previos apartados y en este en particular, resulta evidente que las redes sociales, y en particular Facebook cuenta con herramientas y aplicaciones atractivas para el estudio, sin embargo, no se conoce si los estudiantes de la Facultad Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí perciben su utilidad y usan esta red social con fines académicos.

Debido a que el objetivo de esta tesis es conocer las normas, políticas y reglamentos que se deben implementar en las Instituciones de Educación Superior en la administración de las redes sociales: Facebook, es necesario tomar en cuenta el marco normativo de la información pública de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí en el apartado 2.1.3. Como se puede notar en lo mencionado en este apartado de normativa, nos damos cuenta de la importancia que tienen las herramientas digitales como el internet en la divulgación de la información. Cabe señalar que, para asegurar el funcionamiento ágil y expedito de los programas de acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas es necesario mejorar los sistemas de información.

Con el propósito de seguir contando con un marco orientador que fije el rumbo a seguir en los próximos años y convencida de la necesidad de tomar decisiones congruentes y eficaces, que contribuyan a consolidar la importante transformación institucional en curso, la Rectoría impulsó a finales de 2012 un ejercicio de planeación estratégica ampliamente participativa que diera lugar a la formulación del Plan Institucional de Desarrollo 2013-2023 (PIDE).

La construcción de este plan ha seguido cuatro fases: 1) Formulación de la Misión, valores, principios de la acción universitaria y Visión 2023; 2) Análisis del contexto y diagnóstico inicial de la situación que guarda la Institución (el escenario de partida) para identificar los retos a los que la Institución debe dar respuesta con oportunidad y con los más altos estándares de calidad; 3) Formulación de políticas, programas y sus objetivos, estrategias e indicadores para hacer realidad la Visión 2023, y 4) Análisis de consistencia interna del plan.

El Plan Institucional de Desarrollo 2013-2023 de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, (PIDE 2013-2023), con un enfoque estratégico, participativo y sistemático, cubre funciones de docencia, investigación, difusión de la ciencia y la cultura así como extensión y gestión. Importante es mencionar que en este contexto la tecnología y el uso de las

herramientas digitales son de suma importancia y en esta tesis, se tratará de aportar algo sobre este tema. Se menciona previamente las vías digitales que utiliza la universidad para rendir cuentas a la comunidad universitaria y a la sociedad potosina, sin embargo, en materia de regulación de algunos servicios de este tipo se ha hecho poco.

Entrando en materia de esta tesis, nuestra pregunta experimental es la siguiente: ¿Qué procesos de comunicación digital son utilizadas para la información de las Instituciones de Educación Superior de las páginas oficiales de Facebook?, para contestar esta pregunta primero debemos saber cuáles son los modelos del proceso comunicativo digital, los cuales pueden ser 2:

- Comunicación Interpersonal: Se da entre dos o pocas personas y es de carácter privado. Cada una de las personas produce un mensaje que conlleva a una respuesta. Generalmente es indirecta, como en el correo electrónico, redes sociales, blogs, video llamadas. No siempre es lingüística.
- Comunicación de Masas: Se da a conocer un mensaje a un gran número de personas al mismo tiempo por medios de redes sociales, televisión, revistas, diarios, libros, señales, etc. Es pública. Puede ser lingüística y usar otros medios como la palabra escrita. Es unilateral: la información no regresa, se queda en los receptores. No hay respuesta. Suele ser indirecta, pero a veces es directa como en un discurso oratorio.

Respondiendo a nuestra pregunta experimental podemos decir que en el caos de la Educación Superior la comunicación digital puede ocupar ambos modelos, por medio del Facebook se usa la comunicación en masa para algún anuncio o información que le concierne a la comunidad universitaria, sin embargo también es posible que haya comunicación interpersonal en el caso de que un estudiante en particular se ponga en contacto con las personas encargadas de dar la información para solicitar más detalles.

2.22 Indicador PLADE en la estrategia de comunicación e identidad en la Facultad de Contaduría y Administración

La Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí es ampliamente reconocida como una de las mejores facultades en el área de las ciencias socio-económico-administrativas del país; esto debido a la sólida formación de profesionales competentes, ciudadanos socialmente responsables y capaces de contribuir a la resolución de problemas colectivos así como ser socialmente responsable, abierta, incluyente, integrada y vinculada de manera sólida con su entorno y promotora de la libre discusión de las ideas y filiaciones.

No obstante, el escenario de cambio continuo del contexto de nuestra Facultad implica notables retos y desafíos por vencer, de ahí la necesidad y urgencia de un documento que señale el marco de actuación orientado al logro de la visión, una herramienta estratégica que nos dé la oportunidad de atender con pertinencia y calidad las demandas de todos los grupos de interés de la comunidad y en última instancia de la sociedad en los próximos diez años. A este respecto en febrero de 2014, la Dirección de la Facultad encabezó los trabajos para la construcción del Plan de Desarrollo 2014 -2023 con un enfoque estratégico, participativo y sistemático, cubriendo nuestras funciones de docencia, investigación, difusión de la ciencia, cultura, extensión y gestión.

La construcción del Plan de Desarrollo 2014-2023 nos ha permitido no solo definir el rumbo estratégico de la Facultad a largo plazo con base en el contexto y diagnóstico, mediante el establecimiento de políticas, programas, estrategias e indicadores necesarios, como medios para alcanzar sus objetivos y visión. Sino que además, constituye el punto de partida para tomar acciones inmediatas, como la redefinición del marco normativo y de la estructura funcional, y para orientar la conducta y el trabajo de su comunidad en el corto plazo.

En la construcción del documento, se consideró en primer lugar el Plan Institucional de Desarrollo de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (PIDE) 2013-2023, las experiencias acumuladas en la implementación de planes anteriores y los resultados obtenidos en los ejercicios de planeación realizados en el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional de la Facultad. El documento contiene la misión, los valores,

los principios de la acción universitaria, las políticas, programas, objetivos, estrategias para la implementación y un análisis de consistencia del Plan de Desarrollo. Asimismo, se establecieron los indicadores que habrán de servir para la evaluación de los resultados de nuestro diario acontecer. El resultado de este trabajo colaborativo es el Plan de Desarrollo que a continuación se expone.

El proceso de planeación fue estructurado en tres fases conformado en seis apartados. La primera fase se orientó a analizar el contexto así como a identificar tendencias futuras con la finalidad de delinear el panorama socioeconómico y educativo de la Facultad. Así, se describen los elementos que caracterizan el entorno, insumo para identificar retos y áreas de oportunidad para su desarrollo. A continuación, se preparó un análisis y diagnóstico de nuestra Facultad con apoyo de cada uno de los profesores y administrativos responsables y líderes de áreas clave. A partir de ambos análisis se desarrollaron la misión, los valores y los principios y la visión al año 2023 y sus rasgos distintivos.

Se trabajó con más de treinta profesores para desarrollar políticas, programas, objetivos y estrategias. Así, con la participación de: profesores, estudiantes, responsables de áreas, personal directivo y administrativo, se obtuvo el Plan de Desarrollo que precisará ser adaptado a los cambios en el contexto externo y las condiciones internas sin cambiar sus propósitos estratégicos, a fin de asegurar la vigencia para la toma de decisiones, mediante procesos participativos de planeación, la evaluación de su implementación y logros.

En el apartado 17. Comunicación e identidad se menciona lo siguiente:

Objetivo: Propiciar que la comunidad universitaria, los grupos de interés de la Universidad y la sociedad en general, estén bien informados sobre el quehacer de la Institución y sus servicios, el cumplimiento de su Misión, los avances en el logro de la Visión y de sus contribuciones al desarrollo humano de la sociedad potosina, de la región y del país.

Estrategias.

17.1. Aportar iniciativas para implementar y mantener actualizado el programa institucional de comunicación estratégica que coadyuve a:

17.1.1. Difundir de manera amplia, objetiva y atractiva la oferta educativa de la Facultad, sus capacidades para la generación y aplicación del conocimiento, así como sus proyectos académicos y de extensión, tomando en consideración la ventaja estratégica de su localización geográfica.

17.1.2. Mantener oportunamente informada y con un alto sentido ético y estratégico a la comunidad de la Facultad, a los grupos de interés y la sociedad potosina sobre:

17.1.2.1. El desarrollo de las funciones de la Facultad en el cumplimiento de la Misión y el logro de la Visión.

17.1.2.2. Los procesos de mejora continua y aseguramiento de la calidad de sus programas educativos, de investigación y gestión.

17.1.2.3. La calidad reconocida de sus programas educativos con base en los procedimientos nacionales vigentes de evaluación y acreditación, así como de alcance internacional.

17.1.2.4. El desempeño y la trayectoria laboral de sus egresados.

17.2.5 El desarrollo de proyectos académicos, así como acciones de vinculación en la atención de problemáticas del crecimiento social y económico de los municipios, comunidades, la región y el país.

17.1.2.6. Sus contribuciones a la mejora del nivel de desarrollo humano de la sociedad en el ámbito de acción de la Facultad académica en el estado y el país.

17.1.2.7. Los avances en la implementación del Plan Institucional de Desarrollo 2013-2023, el Plan de Desarrollo de la Facultad 2014-2023 y el logro de sus metas.

17.1.2.8. Los logros alcanzados y los reconocimientos otorgados por el cumplimiento de las funciones de la Facultad.

17.1.2.9. El uso de los recursos puestos a disposición de la universidad y la facultad.

17.1.2.10. Los retos que enfrenta el desarrollo futuro de la universidad y en particular de la Facultad.

17.1.3. Difundir eficazmente entre los alumnos los servicios de acompañamiento estudiantil que ofrece la Facultad.

17.1.4. Socializar la normativa institucional y de la Facultad, sus adecuaciones, los acuerdos del H. Consejo Directivo Universitario, el H. Consejo Técnico Consultivo y el Código de ética, entre la comunidad de la Facultad.

17.2. Diagnosticar la situación de la comunicación interna y externa de la Facultad y, con base en los resultados, establecer el contenido específico del programa de comunicación estratégica y los medios para su implementación.

17.3. Evaluar anualmente los alcances e impactos del programa de comunicación estratégica para realizar las adecuaciones necesarias y garantizar el cumplimiento de sus objetivos.

17.4. Modernizar el portal de la Facultad en concordancia con el de la universidad para hacerlo más accesible, dinámico y efectivo.

17.5. Continuar con la implementación y fortalecimiento del Programa identidad institucional y de pertenencia a la universidad, para alumnos, egresados, personal académico, administrativo y directivo. Evaluar sus alcances y efectos periódicamente para hacer los ajustes necesarios.

17.6. Socializar la información, mediante canales efectivos de comunicación y promover la identidad de la Facultad utilizando medios tradicionales y contemporáneos para tener presencia social y asegurar que ésta llegue oportunamente a la población objetivo.

17.9. Realizar periódicamente estudios para identificar el grado de posicionamiento social de la Facultad.

2.23 Conclusiones preliminares

En este capítulo se muestra que leyes y lineamientos que protegen la información y datos personales en nuestro país, estado, ciudad y en la UASLP. Se realiza un análisis de las tecnologías de la información así como los procesos llevados a cabo en la comunicación digital y observaremos algunas estadísticas en México. Conocimos los distintos tipos de redes sociales y como Facebook particularmente puede ser usado como una magnífica estrategia para mejorar la educación aunque también tiene algunos puntos en contra. Mencionamos algunas teorías que tienen que ver con la organización y la administración institucional y como esto se traduce en la manera de informar a la comunidad universitaria, sin embargo como pudimos ver sin reglamentos y normas.

Se analiza los planes actuales que tiene la universidad (PIDE y PLADE) cuya finalidad es generar un marco de actuación futuro para mejorar la calidad universitaria así como la comunicación que hay en los distintos niveles jerárquicos que la componen. Se comprobó que en cuanto al uso de Facebook no existe en esta Universidad ni en el país una normatividad vigente con respecto al uso de este tanto con fines educativos como de información.

Capítulo 3 “La Evidencia del proceso de comunicación digital, una documentación necesaria”

En este capítulo final se dará a conocer como y de donde se obtuvo el material para la realización de la presente tesis, es decir, la investigación documental, damos puntos de vista de otros autores con respecto a ésta. Mostramos también lo encontrado tanto a nivel internacional como nacional de nuestro tema principal que es el uso de Facebook y el rango de población que más la utiliza, esto mediante un conjunto de gráficas obtenidas de la propia página de Facebook y del INEGI. Estas gráficas sientan un precedente sobre el uso de las redes sociales en el entorno social y académico. Mencionaremos una entrevista realizada al L.C.C. José Manuel Juárez Ramírez ⁸el cual nos menciona la mecánica de la comunicación social dentro de la Universidad. Anudando a esto mostraremos en forma de diagrama el proceso de comunicación dentro de la Facultad.

3.1 Investigación documental

De acuerdo con las fuentes de consulta utilizadas, existen tres tipos de investigación: documental, de campo y experimental (Cázares, Christen, Jaramillo, Villaseñor y Zamudio, 2003), en el presente trabajo utilizamos una investigación de tipo documental. Para la realización de esta tesis se recolectaron datos e información provenientes de fuentes primarias en el caso de artículos científicos y libros publicados recientemente nacionales e internacionales, así como también se obtuvo información de fuentes secundarias tales como enciclopedias y algunos artículos que interpretan otros trabajos e investigaciones, todas estas fuentes permitieron estalecer los antecedentes y el marco teórico del trabajo.

Entrando en materia, lo primero que nos ocupa como objetivo central es la investigación es dar respuesta a una pregunta (o preguntas) planteada y la metodología debe estar acorde con la funcionalidad de la respuesta. Dado por entendido que el proceso metodológico para adelantar una investigación documental es de carácter cualitativo, a diferencia de una investigación bibliométrica, por ejemplo, necesitamos justificar dicha decisión. Teniendo en cuenta que el paradigma cualitativo busca comprender e interpretar la realidad más que

⁸ L.C.C. José Manuel Juárez Ramírez:encargado de las redes sociales y la comunicación web de la UASLP en el área de comunicación social de la Universidad

analizarla y explicarla, en el contexto de la investigación documental es el que mejor responde a esta expectativa.

Cuando el investigador indaga una fuente, intenta entender y darle sentido a lo que dice un autor (o autores) determinado, mostrando los aspectos originales de su planteamiento. La investigación documental tiene un carácter particular de dónde le viene su consideración interpretativa. Intenta leer y otorgar sentido a unos documentos que fueron escritos con una intención distinta a esta dentro de la cual se intenta comprenderlos (Gómez L, 2011). Procura sistematizar y dar a conocer un conocimiento producido con anterioridad al que se intenta construir ahora.

En otras palabras, parte de propuestas y resultados sistemáticos, alcanzados en procesos de conocimiento previos a la investigación que ahora intenta leerlos y comprenderlos. Podría señalarse dado lo expuesto que es una investigación reconstructiva: con nuevas preguntas reelabora un conocimiento que ha producido unos resultados y un saber previos y en esta medida modifica los fenómenos objeto de reflexión (Vargas, 1998) Con esta perspectiva vemos que la investigación documental es un proceso lo suficientemente complejo y delicado, que amerita una posición de vanguardia en el marco de la filosofía de la investigación y en sus procedimientos.

El propósito de la investigación documental es ofrecer al investigador herramientas para el estudio autónomo empleando técnicas de búsqueda, selección, organización y asimilación del conocimiento de modo sencillo, riguroso y crítico (Parraguez-Carrasco S, 2017). Es importante mencionar que a la investigación documental la acompaña la de campo, es por ello que más adelante les presentaremos una entrevista realizada con un autoridad de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí encargada de la normatividad y difusión de información en cuanto al uso de redes sociales y en particular del uso de Facebook.

A continuación, mencionaremos algunos autores que han estado relacionados con los fundamentos de la investigación documental:

- Ezequiel Ader-Egg, manifiesta en 1995 que la investigación documental constituye una búsqueda de hechos, un camino para conocer la realidad, un procedimiento para descubrir verdades parciales, o mejor, para descubrir no falsedades parciales. Como

proceso comprende un conjunto de fases: la formulación y definición de problemas, la formulación de hipótesis, la recopilación, sistematización y elaboración de datos, la formulación de deducciones y proposiciones generales y, por último, el análisis de los resultados o conclusiones para determinar si se confirman o no las hipótesis formuladas y encajan dentro del marco teórico del que se partió.

- Cázares Luna, 2003 manifiesta que en un sentido estricto, hacer una investigación documental es pretender llegar a la certeza o conciencia de un aspecto de la realidad con toda la fidelidad posible: es el proceso mediante el cual se manejan cosas, conceptos símbolos con el propósito de obtener un conocimiento sistematizado. Lo anterior se logra mediante diversos niveles en cuanto a la aprehensión de este conocimiento; en una investigación no sólo se descubre, sino también se amplía, se valora e interpreta, se integra o coordina, se explica o presenta; aunque este último nivel es el más simple y elemental conviene reconocerlo porque en él se comienza a ser investigador.

Mencionado todo lo anterior sobre la investigación documental, es necesario aclarar que además de dicha investigación, se utilizó un método analítico y la técnica de observación, permitiendo conocer el problema de investigación y elaborar el planteamiento del problema que incluye el tema, los objetivos, las preguntas, la justificación y los antecedentes, así como la formulación del problema. Posteriormente, se realizó un análisis, lo cual permitió la redacción de un documento, para así formular y concluir la hipótesis y las preguntas de investigación.

También se utilizó un método deductivo en el cual a partir de datos y estadísticas generales se extrapolarlo a algo más particular para la Universidad. De igual manera se usó un método de síntesis el cual consiste en la reunión racional de los elementos dispersos de un todo para estudiarlos en su totalidad, como lo observamos a lo largo de la tesis.

3.2 Estadísticas de Facebook

Como se desarrollo anteriormente en otros apartados mencionará algunas estadísticas actuales del uso de la red social Facebook tanto de manera mundial como nacional, cabe mencionar que existen pocos estudios y estadísticas publicadas de este tema en nuestro país.

- Para septiembre del 2019 se reportaron más de 1.62 mil millones de usuarios activos diarios
- Al 30 de septiembre del 2019 existían 2.450 millones de usuarios activos mensuales
- Alrededor de 2.200 millones de personas usan Facebook, Instagram, WhatsApp o Messenger todos los días en promedio y cerca de 2.800 millones de personas utilizan al menos una de estas redes sociales.

A nivel nacional en datos obtenidos de fuentes como la red social de Facebook así como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México, existen datos reportados del año 2012 donde podemos mencionar que:

- El porcentaje de uso de Facebook de acuerdo a la población total en cada entidad federativa. En la Figura 6, vemos datos absolutos del número de personas para ese periodo.
- Los cinco estados con la mayor penetración de Facebook son Baja California, el Distrito Federal, Nuevo León, Quintana Roo y el Estado de México. Por ejemplo en Baja California, 49 de cada 100 habitantes tiene cuenta en Facebook. En el estado de México 41 de cada 100 habitantes tiene cuenta en Facebook (INEGI 2012)
- Los cinco estados con la menor penetración de Facebook son Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Tlaxcala y Guerrero. En Chiapas, 10 de cada 100 habitantes tiene cuenta en Facebook (INEGI ENDUTHI 2018).

Usuarios de Facebook en México

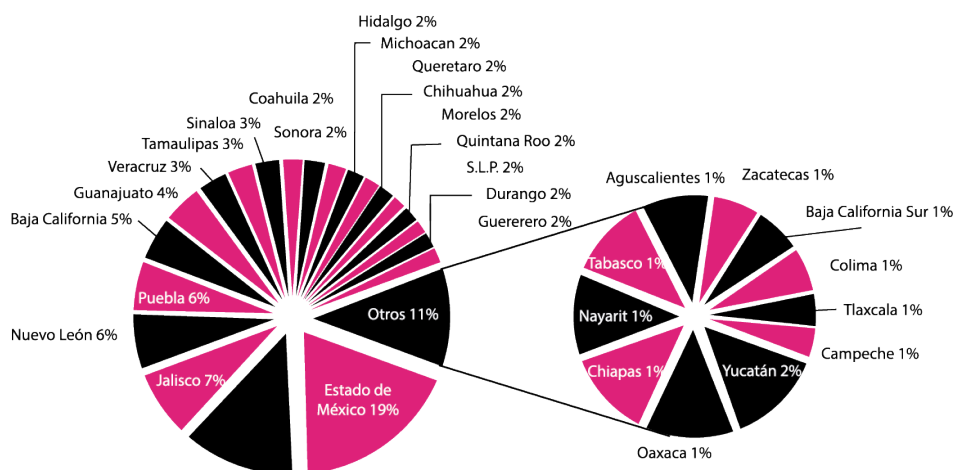


Figura 10. Usuarios de Facebook en México por entidad federativa.

Fuente: ENDUTIH INEGI.

Porcentaje de penetración de Facebook por Estados

Entidad Federativa	Usuarios en Facebook	Población del Estado	%Penetración Facebook
Baja California	1554840	3155070	49%
Distrito Federal	4157680	8851080	47%
Nuevo León	1991800	4653458	43%
Estado de México	6224260	1325578	41%
Sonora	753400	15175862	28%
Yucatán	518060	2662480	26%
Guanajuato	1414800	195577	26%
Hidalgo	666840	2665018	25%
San Luis Potosí	544100	2585518	21%

Figura 11. Archivo modificado para mostrar la población objetivo que es el Estado de San Luis Potosí.

Fuente: ENDUTIH INEGI 2012

- Los principales grupos de edades de los usuarios de Facebook en México son los de 18 a 24 y de 25 a 34 años. Sumando ambos grupos se tiene que el 58% de los mexicanos usuarios de esta red tienen una edad entre los 18 y 34 años. Esta cifra es importante porque representa parte la población que se quiere analizar en este estudio.

DISTRIBUCIÓN DE EDADES EN EL USO DE FACEBOOK EN MÉXICO
(2012)

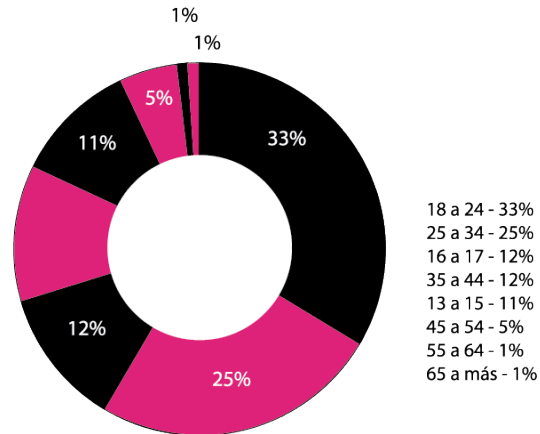


Figura 12. Usuarios de Facebook en México por edad.

Fuente: ENDUTIH INEGI 2012

3.3 Análisis del área de comunicación digital

En comunicación social de la UASLP responsable de mantener actualizada la información de las paginas web de la Universidad y reforzar su presencia en las plataformas de espacios digitales, administrar la información y contenidos de los menús principales y mantener al día los espacios de noticias: agenda, cultura y avisos especiales.

En este periodo se subieron 251 noticias, 85 eventos, convocatorias, seminarios, semanas académicas, conferencias, concursos etc. También se colabora con la división de difusión cultural para mantener al día la sección de eventos culturales y la distribución de la agenda cultural semanal, a través del sistema de correo masivo.

Además, el departamento de comunicación social apoyó y distribuyó más de 445 correos masivos y el envío semanal de 85 boletines electrónicos, además de una versión por mensajería de whats app dirigida a toda la comunidad universitaria. Se gestionaron tres campañas publicitarias en radio comercial y radio universidad para promoción y difusión de distintos eventos.

La cuenta @LaUASLP en redes sociales mantiene y fortalece su presencia en Facebook, twitter, Instagram y youtube con publicaciones de noticias, eventos, campañas de responsabilidad social, de identidad, logros precios y/o reconocimientos, y de la vida universitaria en general. A la fecha Facebook superó la cifra de 50,000 me gusta; twitter supera los 14,500 seguidores, Instagram más de 6,500; en el canal de youtube, donde se reprodujeron 100 videos, cuenta con más de 730 suscriptores. Día tras días se ha fortalecido la identidad y pertenencia hacia la institución con elementos gráficos y animaciones con ayuda de los hashtags: #YoSoyUASLP, #OrgulloUASLP, #SiempreUASLP, y #TrasciendeUASLP.

3.4. Proceso de la información en comunicación digital de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Se realizó una entrevista al departamento encargado de comunicación social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, el cual tiene por objetivo: “Diseñar y distribuir contenidos en las plataformas de espacios digitales e interactivos, a través de imágenes, videos, animaciones, hipervínculos y correos electrónicos con la finalidad de generar estrategias de comunicación internas y externas que atiendan las necesidades de la UASLP y respondan también a las de la sociedad de la información y el conocimiento. Además, propicia la interacción y colaboración entre todos los que hacen uso de ellas y que se encuentran interconectados en la red”. La persona que nos hizo favor de recibirnos fue el L.C.C. José Manuel Juárez Ramírez el cual es el Responsable de comunicación en la web en la Universidad Autonoma de San Luis Potosí.

Primeramente se procedió a explicarle el motivo de nuestra entrevista así como mencionarle el objetivo de nuestro trabajo con el fin de poder compartir información sobre nuestro tema, De igual manera se le pidió si pudiera explicarnos como se lleva a cabo la normativa con respecto al uso de las redes sociales en la Universidad Autonoma de San Luis Potosí. En breve a continuación se expondrá lo que se mencionó:

- Se nos proporcionó una referencia detallada sobre los proceso de comunicación que se encuentra detrás de la información previa a darla a conocer y se nos comentó que

actualmente no se cuenta con un proceso por el que tenga que pasar la información, es decir, no existen filtros para categorizar la información que llega al departamento; sin embargo, cuando la información no cumple con los manuales de identidad grafica de la Universidad Autonoma de San Luis Potosí se hace la observación para la modificación, esto conlleva que la negociación entre solicitante y difusión se lleve a cabo exclusivamente mediante el correo electrónico ó bien vía telefónica.

- Se nos informó también que no se cuenta con archivos de eventos pasados en los que se pueda consultar en caso que sea necesario algún suceso o acontecimiento importante que haya ocurrido durante algún evento en particular, el Lic. Juárez menciona que posiblemente se guarde en alguna carpeta electrónica pero no está seguro.
- No se lleva alguna agenda o planeación de los eventos por parte de comunicación social, se encuentren estos involucrados o no en la organización.
- El 80% de la información que pide difusión se solicita por correo electrónico, sin embargo no hay un formato para dicha petición.
- No existen protocolos de confidencialidad de datos o protección de imágenes de las redes sociales. Este es un punto muy importante ya que la Universidad Autónoma de San Luis Potosí al ser una institución pública es susceptible de amenazas y de información falsa (fake news, perfiles falsos, comentario negativos etc).
- Pese a lo anterior, también se destacó que se ha tenido avances importantes en la identidad de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí ya que se han homologado los nombres en las redes sociales con la finalidad de evitar confusiones y permitir un fácil acceso. Como resultado positivo de esto el numero de seguidores aumentó considerablemente.
- Respecto a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí contar con una imagen muy distintiva ha permitido dar una identidad de los valores, objetivos y retos en las redes sociales.
- No obstante, se comentó que dentro de los mismo departamento de comunicación e imagen institucional hay dos fanpages con la misma información. Esto es un punto negativo para la Universidad Autonoma de San Luis Potosí, ya que se replica la misma información.

- A continuación se presenta como empíricamente es que se difunde la información en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, en específico la Facultad de Contaduría en donde se puede observar que existen muy débiles filtros para esta:

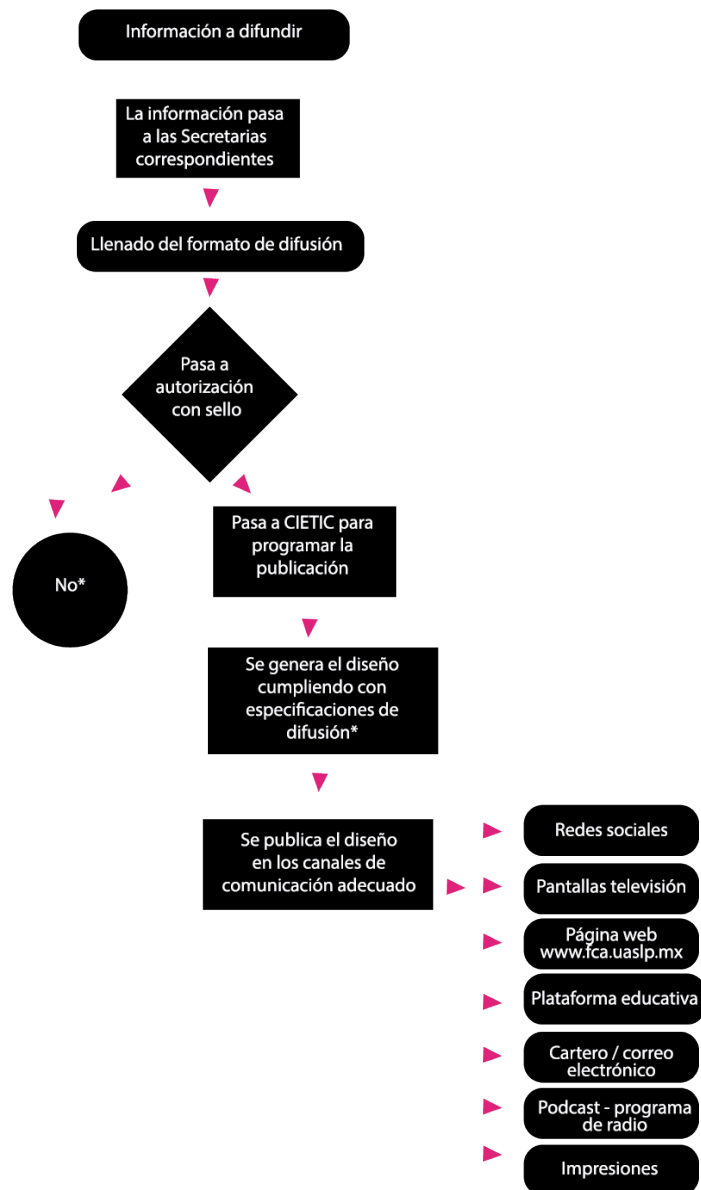


Figura 13. Representación del proceso débil de la información en la Facultad de Contaduría y Administración. No hay fuente es empírica la información

3.5 Proceso de la información en la difusión y comunicación de la Facultad de Contaduría y Administración

En la Facultad de Contaduría y Administración, de acuerdo a su organigrama no se cuenta con un departamento de comunicación en la que la información que docentes, alumnos o parte de la comunidad de la Facultad pueda difundir su información. Se tomó la iniciativa de que el Centro de Innovación Educativa y Tecnologías de la Información llevará a cabo la difusión de los eventos, esto debido a que dicho centro es el encargado de impulsar el desarrollo de modalidades educativas flexibles e innovadoras que ayuden a mejorar la calidad, cobertura y pertinencia de los programas educativos por medio del uso eficiente de las Tecnologías de la Información.

3.6 Conclusiones preliminares

En este capítulo se observan distintos fenómenos en el uso de la red social Facebook, nos dimos cuenta que el uso de Facebook a nivel mundial rebasa los 2450 millones y en México, el rango de edad más activo son aquellos entre 18 y 24 años, edades que representan la mayoría de la población universitaria. Pudimos aprender de primera mano a través del Licenciado Juárez como es el proceso de comunicación en la UASLP donde puede claramente asegurarse que no hay una documentación detallada de los eventos pasados, no existe una agenda o planeación de eventos, no existen formatos para solicitar la difusión de la información y lo más importante es que no hay protocolos de confidencialidad de la información y que en algunos casos existen más de una página de Facebook de una misma Facultad. Todo esto reafirma nuestro objetivo de que es necesario crear lineamientos y reglamentos para el uso de Facebook en la UASLP y de manera particular en la FCA.

Capítulo 4 “Conclusiones que determinaron la comunicación digital en las redes sociales”

En este capítulo final se concluye que los objetivos fueron llevados a cabo satisfactoriamente ya que:

- Se analizaron exhaustivamente los procesos de comunicación digital de la información de las páginas Facebook para la UASLP y la FCA. Para esto se analizó el background de lineamientos, normatividad, herramientas digitales, estrategias educativas y administrativas y estadísticas nacionales e internacionales.
- Pudimos conocer a los involucrados en los procesos de comunicación digital de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

4.1 Conclusión final

Para la realización de esta tesis se analizaron datos e información provenientes de fuentes primarias tales como artículos científicos, libros y bibliografía electrónica de fuentes confiables, también se obtuvo información de fuentes secundarias tales como enciclopedias y algunos artículos que interpretan otros trabajos, la investigación de todas estas fuentes permitieron que comprendiéramos los antecedentes y fundamentos para la realización del trabajo.

El problema de investigación planteado y que nos llevó a la indagación de dicho material bibliográfico fue averiguar que, en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, las fanpage son quienes administran las redes sociales, sin embargo, no se encuentra reglamentado y por lo tanto no existe una norma en la que, bajo ninguna política institucional, se formen las redes sociales de las Instituciones de Educación Superior. Esto quiere decir que en nuestra casa de estudios actualmente hay un gran problema en cuanto a quien regula la información que proviene de redes sociales que se transmite no sólo a la comunidad universitaria formada de alumnos, docentes y administrativos, sino también a la comunidad en general.

Es por ello que el objetivo que nos planteamos fue conocer las normas, políticas y reglamentos que se deben implementar en las Instituciones de Educación Superior en la

administración de las redes sociales: Facebook. Se cree que este tema de tesis es una prioridad a la cual se le ha restado importancia, sin embargo esperamos que una vez que expuestas las razones para contestar nuestra pregunta de investigación (la cual es: ¿Qué procesos de comunicación digital son utilizadas para la información de las Instituciones de Educación Superior de las páginas oficiales de Facebook?) logremos exponer adecuadamente nuestros argumentos para que la Universidad pueda tomar de una manera más seria la importancia del manejo de los datos e información que se genera en el entorno universitario.

Para dar una conclusión final de este trabajo, es necesario reafirmar algunos puntos en torno a lo que es la Universidad, que son las redes sociales, en particular Facebook, como afecta el entorno académico el uso de las redes sociales y viceversa, que ocurre en una organización como la UASLP, que reglas rigen la protección de datos, etcétera, es por ello que de manera breve mencionaremos puntualmente estas cuestiones.

La finalidad de una buena organización en una institución es trabajar en conjunto para identificar, definir y resolver los problemas y aprovechar las oportunidades. Se puede caracterizar a la Universidad como una institución especial, que se ocupa de una singular materia (el saber) y en cuya actuación están implicados de diferente manera diversos actores sociales, tanto internos: los cuales son integrantes de la comunidad universitaria y agrupados bajo las categorías de estudiantes, personal docente e investigadores y personal de administración y servicios; como externos a la institución, las cuales pueden ser otras administraciones públicas, entornos económicos, educativos y culturales, antiguos y futuros estudiantes, etcétera.

Por todo esto, la Universidad debe adoptar un modelo en el que tengan más importancia las estrategias sociales, que la lleven a potenciar la colaboración y la participación del público implicado así como la construcción colectiva de los conocimientos y de la misma organización. Es responsabilidad de la Universidad profundizar en el cambio de su modelo comunicativo, adecuándolo a las exigencias y las posibilidades del sistema comunicativo del que empiezan a disponer nuestras sociedades. Sabemos que actualmente se está inmerso dentro de un entorno cada vez más competitivo y cambiante, donde las personas exigen mayor y mejor información, por ende, es necesario buscar nuevas e innovadoras formas de comunicación en la que se genere una mayor experiencia de consumo, favoreciendo la

relación y la fidelización de los clientes. (Lluilema, Luis Alberto 2017). Esto último es de especial importancia para la Universidad, cuya labor por más de 96 años ha sido formar profesionales que ayudarán a la sociedad del mañana adaptándose a la evolución de las sociedades en las formas de comunicación.

La comunicación universitaria fluye de forma multidireccional y su finalidad depende del contexto en el que se analice, la finalidad de dicha comunicación es la creación de vínculos de identidad entre los miembros y no miembros de las comunidades universitarias. Sin embargo, debe de tomarse en cuenta que la información que fluye puede llegar a ser sensible y en un entorno global no universitario se encuentra regulada. Por ejemplo, a Nivel Federal tenemos al Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) el cual como uno de sus objetivos primordiales protege los datos personales que están en manos tanto del gobierno federal, como de los particulares, por otra parte, también en un entorno no universitario tenemos a legislaciones que dan acceso a los datos públicos como la Legislación estatal de la comisión estatal de garantía de acceso a la información pública (CEGAIP). Ambas normativas nos muestran que una institución de cualquier índole debe de encontrarse regulada en materia de información.

En este sentido, a partir del año 2008, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, en el marco del ejercicio pleno de su autonomía, ha rendido cuentas ante la comunidad universitaria, instancias gubernamentales y la sociedad potosina. La Unidad de Enlace de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí es la instancia universitaria, creada en cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de San Luis Potosí, encargada de recibir y tramitar las solicitudes de acceso a la información pública. Por otra parte, esta institución cuenta con planes como el PLADE y el PIDE con los objetivos de innovarse constantemente en su principal función que es la educación sin perder la transparencia de sus acciones ante el público en general. Sin embargo, a pesar de todo lo mencionado, la institución no cuenta con un sistema integral para el manejo de la información académica y administrativa. Pero, ¿de qué manera tiene que ver la tecnología y su regulación en cuanto al manejo de datos e información dentro de la universidad?

No es difícil creer que las nuevas tecnologías han provocado un verdadero cambio en nuestra sociedad. La expansión de estas, ha permitido mejorar muchos aspectos de la vida

del hombre, tales como salud, finanzas y comunicaciones, sin embargo la mayor parte ha sido enfocada en promover la información y la comunicación; de lo anterior se deriva el término TIC, que quiere decir Tecnologías de la Información y la Comunicación. Las TICs son el conjunto de herramientas, soportes y canales desarrollados y sustentados por las tecnologías, que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos, contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética a fin de mejorar la calidad de vida de las personas (Ávila Díaz, 2012).

La evolución de las TICs, y el internet, ha sido tal que el sector educativo no ha escapado de ellas. Estas herramientas nos permiten enseñar a los alumnos de una manera diferente a lo tradicional permitiendo interactividad y fomentando una actitud activa. Gracias a ellas, los docentes modifiquen las actividades escolares y hay una mayor apertura de aprendizaje. Las tecnologías portátiles están creando e inspirando una nueva generación de estudiantes basada en un diseño de aprendizaje móvil.

En México, mediante los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), como lo mostramos en el apartado de resultados, el porcentaje de los usuarios que todavía utilizan computadoras de escritorio van a la baja, mientras que la computadora portátil se mantiene estable y el teléfono celular ha reportado un crecimiento acelerado. Estos aparatos electrónicos favorecen el empleo de las TICs. De igual manera enfocándonos en nuestro tema, del total de la población usuaria de internet de seis años o más, el grupo de entre 25 y 34 años es el que registra la mayor proporción de usuarios de internet, edades en rango de población universitaria. El internet representa el símbolo de la globalización y de la información generando gran atención en el sector público. La interacción social en el contexto de comunidades virtuales ha crecido exponencialmente con los sitios para dichas actividades multiplicándose día a día. Lo que ahora es referido como redes sociales – tales como Facebook, Twitter, Flickr, etc – atraen millones de usuarios. Las redes sociales son usadas por la mayoría de la población actual por muchas razones, una de las principales, es debido a nuestra necesidad de conexión e interacción. Las redes sociales por tanto, existen para facilitar comunicación entre la gente independientemente de la distancia y como se mencionó anteriormente permite difundir información a manera de fotos,

videos, archivos, mensajes, creación de blogs y también permite la conectividad en tiempo real.

Cualquier escuela de nivel superior en el mundo ha adoptado alguna clase de red social para poder tener un mayor alcance de individuos los cuales pueden ser alumnos potenciales, a su vez también se usan como una manera de mantener relación con los alumnos e incrementar la reputación y el orgullo de la institución. Una de las razones principales para adoptar cualquier tipo de red social en el aula de clase que cualquiera de ellas es familiar para la mayoría de los alumnos, no cuesta mucho y requiere un mínimo o nulo entrenamiento para operarlas.

Se ha reconocido de acuerdo a opiniones y análisis de expertos, que existen 4 principales ventajas del uso de las redes sociales en la educación superior, estas incluyen: aumentar las relaciones humanas, mejorar la motivación para aprender, ofrecen material académico personalizado y desarrollan habilidades colaborativas (Wheeler S, 2008, Rifkin W 2009). Para uso personal, Facebook es el sitio más visitado, de ahí nuestro objetivo en analizarla en el contexto de la reglamentación que rige su uso en la UASLP. El uso de Facebook en las actividades escolares permite la creación de espacios virtuales idóneos para la interacción, el debate y la reflexión entre los alumnos y docentes (Kent, 2018; Rap y Blonder, 2017; Sarapin y Morris, 2015).

Según el último informe del Rector el Mtro. Arq. Fermín Villar Rubio en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí el 77% de las entidades académicas están utilizando las TIC para mejorar los procesos de enseñanza y de aprendizaje; como parte del uso de esta herramienta, se desarrollan proyectos especiales y se crean grupos de trabajo como academias y consejos técnicos que agilizan la comunicación y desarrollan sus actividades de manera dinámica y ágil. Por otra parte, el 60% de los programas educativos han incorporado espacios virtuales de aprendizaje desde el currículum donde más de 520 se han capacitado.

Por todo lo dicho en previos apartados resulta evidente que las redes sociales, y en particular Facebook cuenta con herramientas y aplicaciones atractivas para el estudio, sin embargo, no se conoce si los estudiantes de la Facultad Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí perciben su utilidad y usan esta red social con fines académicos. A través de la gestión de la información sobre las redes sociales, se plantea que es

indispensable un manual que pueda ser usado por cualquier institución pública el cual pueda tener un mejor alcance acerca de la difusión de la comunicación digital.

Se quiere dejar en claro la utilidad de una normatividad y reglamento para su uso en la UASLP enfocándonos primeramente en la FCA. Quizá los resultados puedan ser útiles para otras facultades dentro de la Universidad de manera que sirvan como un marco de referencia para mejorar la comunicación que se realiza de manera digital entre las autoridades, profesores y alumnos. Para ello, consultamos al L.C.C. José Manuel Juárez Ramírez el cual nos menciona la mecánica de la comunicación social dentro de la UASLP, él es el Responsable de comunicación en la web dentro de la Universidad. En breve nos menciona que no se cuenta con un proceso por el que tenga que pasar la información, es decir, no existen filtros para categorizar la información que llega al departamento; no se cuenta con archivos de eventos pasados en los que se pueda consultar en caso que sea necesario algún suceso o acontecimiento importante que haya ocurrido durante algún evento en particular; No se lleva alguna agenda o planeación de los eventos por parte de comunicación social, se encuentren estos involucrados o no en la organización y lo que creemos más importante, no existen protocolos de confidencialidad de datos o protección de imágenes de las redes sociales.

Creemos que debido a todo lo expuesto a lo largo de la presente tesis, lo más importante es que debe existir un ajuste en las estrategias para eficientizar los procesos de comunicación digital, en especial del uso de Facebook cuyo uso va a la alza en el entorno académico. Una regulación más estricta de esta red social, es necesaria en la FCA y en general en la UASLP, esto permitirá mejorar los procesos de gestión pública de la información para las comunicaciones digitales que sin duda mejorarán el entorno universitario. Por nuestra parte, el objetivo es el de conocer las normas, políticas y reglamentos que se deben implementar en las Instituciones de Educación Superior en la administración de las redes sociales: Facebook fue logrado, y aunque la poca o nula regulación de esta red social actualmente no es muy llamativa para la comunidad universitaria, se cree que este trabajo sienta las bases para que esto cambie.

Referencias bibliográficas

- Ackroff, Russell, L. (1998) “Un concepto de planeación de empresas”. Limusa, México.
- Ader-Egg, Ezequiel. (1995). “Cuestionarios” en Técnicas de investigación social 24ª ed.. Buenos Aires: Lumen.
- Aguilar Villanueva, Luis F. (2007), Gobernanza y gestión pública, México, Fondo de Cultura Económica
- Agudo, Casas (2018) Apuntes sobre el uso académico de las redes sociales en los alumnos universitarios: Especial consideración a las ciencias jurídicas. EnLo 2.0 y 3.0 como herramientas multidisciplinares, compilado por Juan Enrique González Valles y Mónica Viñarás Abad. Madrid: Tecnos, 91-104.
- Al Dheleai, Yahya & Tasir, Zaidatun (2017) Using Facebook for the purpose of students' interaction and its correlation with students' academic performance. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 16(4): 170-178.
- Antonio Hernández, José (1982) Políticas de investigación en la educación superior (SEP), Ed. ANUIES.
- Arshad, Mamoona & Akram, Muhammad Shakaib (2018) Social media adoption by the academic community: Theoretical insights and empirical evidence from developing countries. International Review of Research in Open and Distributed Learning, 19(3): 243-262.
- Arroyo Vázquez, Natalia (2007) ¿Web 2.0? ¿web social? ¿qué es eso?. Bibliotecas y web social. Educación y biblioteca 161, 2007. Recuperado de: http://eprints.rclis.org/10566/1/EYB_NA07.pdf
- Ávila Díaz, W. D. (2013) Hacia una reflexión histórica de las TIC Hallazgos, vol. 10, núm. 19, enero-junio, 2013, pp. 213-233 Universidad Santo Tomás Bogotá, Colombia.
- Ballina Ríos Francisco (2000) “Teoría de la Administración: un enfoque alternativo” México : McGraw-Hill Interamericana Editores, 2000 Bibliografía (p. 187-190).
- Barrot, Jessie (2018) Facebook as a learning environment for language teaching and learning: A critical analysis of the literature from 2010 to 2017. Journal of Computer Assisted Learning, 34:1-13. DOI : <https://doi.org/10.1111/jcal.12295>
- Brinkley, Karen (2018) Learning to teach online: Measuring the influence of faculty development training on teaching effectiveness through a TPACK lens. The Internet and Higher Education, 38: 28-35. DOI : <http://doi.org/10.1016/j.iheduc.2018.04.004>
- Cázares L, Christen M, Jaramillo E, Villaseñor L y Zamudio LE (2003). Técnicas actuales de investigación documental (3ª ed). México, D.F., Trillas.

Cazares Hernández, Laura; Christen, M. (2000). Técnicas actuales de investigación documental. México: Trillas.

CEGAIP: Lineamientos de Protección de Datos Personales para el Sector Público del Estado de San Luis Potosí. Consultado en octubre del 2019. Recuperado de:[http://www.cegaislp.org.mx/webcegaip2018.nsf/b18e997e9f98ccd38625823c005f961b/\\$FILE/DECRETO%202017.-%20Ley%20de%20Transparencia%20\(09-MAY-2016\).pdf](http://www.cegaislp.org.mx/webcegaip2018.nsf/b18e997e9f98ccd38625823c005f961b/$FILE/DECRETO%202017.-%20Ley%20de%20Transparencia%20(09-MAY-2016).pdf)

Chafee, S., Katzman, N., McCombs, M., Roberts, D. & Comstock, G. (1978) Television and Human Behavior. New York: Columbia University Press.

Cetinkaya, Levent & Sutcu, Selim (2018) The effects of Facebook and WhatsApp on success in English vocabulary instruction. Journal of Computer Assisted Learning, 34: 504-514. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcal.12255>

Correa, Á, & Gómez, L. (2013). Actitud y adopción tecnológica en los docentes del Colegio de San José de La Salle de la ciudad de Medellín. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, núm. 39, pp. 17-32.

Cruz – Rubio, C (2014), Hacia el gobierno abierto: una caja de herramientas. Departamento para la Gestión Pública Efectiva. Washington: Organización de los Estados Americanos OEA. Disponible en <http://goo.gl/h417Zz>

Denhardt, Robert B. y David L. Baker (2007). Five Great Issues in Organization Theory. En Jack Rabin, W. Bartley Hildreth y Gerald J. Miller, Handbook of Public Administration, 3rd Edition, USA: Taylor & Francis Group.

Denhardt, Janet V. y Robert B. Denhardt (2007). The New Public Service. Serving, not Steering, Expanded Edition, USA: M. E. Sharpe.

Diat-Prasojo, L., Habibi, A., Mukminin, A., Taridi, M., Muhaimin M & Saudagar, F. (2017). Managing digital learning environments: student teachers' perception on the social networking services use in writing courses in teacher education. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 16(4): 42-55.

Domínguez, F., & López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014). Revista de Comunicación, 14, 48–69. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=110598888&lang=es&sitete=ehost-live>

DPA/Emol. (2015). Facebook ya tiene más de 1.400 millones de usuarios en todo el mundo. Recuperado en consulta: octubre 2019, en <http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2015/04/23/713876/facebook-ya-tiene-mas-de-1400-millones-de-usuarios-en-todo-el-mundo.html>.

Eddine, D (2014) Aprovechamiento de las TIC en México: un aproximación empírica a través del uso de microdatos y la aplicación de la modelación PLS. *Apertura*, vol. 6, núm. 1, pp. 6-17.

Estrella, L. & Fajardo Zila, E. (2018) Comunicación en redes sociales híbridas para la educación superior ecuatoriana. En *Lo 2.0 y 3.0 como herramientas multidisciplinares*, compilado por Juan González

Facebook. Facebook statistics. Disponible en: <https://es.unesco.org/themes/tic-educacion>
<https://www.fb.com>

Fauville, G., Dupont, S., Thun, S. & Lundin, J. (2015) Can Facebook be used to increase scientific literacy? A case study of the Monterey Bay Aquarium Research Institute Facebook page and ocean literacy. *Computers&Education*, 82: 60-73. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.11.003>

Ferrater, Mora., J. (1998). *Diccionario abreviado de filosofía*. México: Hermes 1998.

Freire, J. (2008). Cultura digital y prácticas creativas en educación. *Revista de Universidad y Sociedad del conocimiento*, 6, 1, 2-6.

Froment, F., García González, A. J. & Bohórquez, R (2017) The use of social networks as a communication tool between teachers and students: A literature review. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 16(4): 126-144.

García Sanchez Isabel María (2007) “La Nueva Gestión Pública: evolución y tendencias” *Universidad de Salamanca Localización: Presupuesto y gasto público*, ISSN 0210-5977, N° 47, 2007, págs. 37-64

Georgetown University. (2010). *Bridging Babel: New social media and interreligious and intercultural understanding*. Recuperado: octubre 2010 de <http://repository.berkleycenter.georgetown.edu//UGFNewSocialMedia.pdf>.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y N. Signorielli (1996). Crecer con la televisión: perspectivas de aculturación. En Bryant y Zilman (comps.), *Los efectos de los medios de comunicación*. Investigaciones y teorías. Barcelona: Paidós, 35-66.

Gere, C. (2002). *Digital Culture*. London: Reaction Books.

Gómez-Hurtado, I., García Prieto, F.J., Delgado-García, M (2018) Uso de la red social Facebook como herramienta de aprendizaje en estudiantes universitarios: estudio integrado sobre percepciones. *Perspect. educ.* vol.57 no.1 Valparaíso ene. 2018. Versión On-line ISSN 0718-9729. <http://dx.doi.org/10.4151/07189729-vol.57-iss.1-art.645>

Gómez Luis. Un espacio para la investigación documental. Universidad Manuela Beltrán, Revista Vanguardia Psicológica Clínica Teórica y Práctica. Programa de Psicología, Bogotá D.C. Colombia, Volumen 1, Número 2, octubre-marzo de 2011. ISSN 2216-0701.

Gómez M. & López N. (2010). Uso de Facebook para actividades académicas colaborativas en educación media y universitaria, Universidad del Salvador. III Jornadas de Educación a Distancia. Las redes sociales y la gestión del conocimiento, 26-30 de abril, Buenos Aires, Argentina. Recuperado en octubre del 2019. http://www.salvador.edu.ar/vrid/publicaciones/USO_DE_FACEBOOK.pdf.

Gros, Begoña; Contreras, David (2006) “Hacia una teoría política de la socialización cívica virtual de la adolescencia”. Revista Iberoamericana de Educación 24: 103-125

Grossman, Lev. (2010). Person of the year 2010: Mark Zuckerberg. Time. Recuperado Noviembre 26, 2019, de http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2036683_2037183_2037185,00.html.

Hernández, G. (1999), “La zona de desarrollo próximo. Comentarios en torno a su uso en los contextos escolares”, Perfiles Educativos, vol. 21, núms. 85-86, pp. 46-71.

Ibarra, Cortés M. Eduardo (2012) “Estrategias de política pública en la gestión financiera en los municipios urbanos de México y su impacto en la gobernabilidad local”, editorial Miguel Angel Porrúa

IFAI PASA A INAI. Excélsior. 6 de mayo de 2015. Consultado el 15 de octubre de 2019.) Recuperado de: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/05/06/1022510>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (año). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2018. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2018/>

Internet. En: *Significados.com*. Disponible en: <https://www.significados.com/internet/> Consultado: 16 de noviembre de 2019, 01:07 pm.

Kent, David. 2018. Analysis of timeline posts to a language teacher organization public Facebook group. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 17(1): 1-10.

Lluilema, Luis Alberto. (2017). El marketing digital como instrumento de entrega de valor al cliente de las instituciones de educación superior: caso Universidad Tecnológica Equinoccial Sede Santo Domingo, 2016. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.

Márquez, I. L. C., & Gutiérrez Diez, M. del C. (2015). Redes sociales como facilitadoras del aprendizaje de ciencias exactas en la educación superior. Apertura: Revista de Innovación Educativa, 7(2), 1. Retrieved from

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=110837901&lang=es&site=ehost-live>

Mead, George Herbert (1972), *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*, Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.

Medios de comunicación. Autor: María Estela Raffino. De: Argentina. Para: Concepto.de. Disponible en: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>. Consultado: 16 de diciembre de 2019. Fuente: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/#ixzz68IbYQpUE>

Montoya Agudelo, César Alveiro & Boyero Saavedra, Martín Ramiro. El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, vol. 20, núm. 2, julio-diciembre, 2016, pp. 1-20 Universidad Nacional de Misiones Misiones, Argentina

O’Keeffe, G. S. and Pearson, K. C. (2011). The impact of social media on children, adolescents and families. *American Academy of Paediatrics*, 127(4).

Organista-Sandoval, J., McAnally Salas, L. & Lavigne, G. (2013). El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta pedagógica. *Apertura*, vol. 5, núm. 1, pp. 6-19

Ozlak, Oscar (2013). “Gobierno Abierto: hacia un nuevo paradigma de gestión pública”. Trabajo presentado en el panel “Gobierno Abierto en Iberoamérica: promesas y realizaciones”, XVIII Congreso Internacional del CLAD, Montevideo. Disponible en: <http://www.oscarozlak.org.ar/images/articulos-espanol/Estado%20abierto..pdf>

Partin Jennings J. (1977) “Perspectivas del Desarrollo Organizacional” Editorial Fondo Educativo Interamericano, encuadernación Guaflex. pp 71.

Parraguez Carrasco, S.M., Chunga Chinguel G.R., Flores Cubas, M.M., Romero Cieza, R.Y., El estudio y la investigación documental: Estrategias metodológicas y herramientas TIC. Recuperado en Noviembre del 2019 de https://www.academia.edu/32220610/El_estudio_y_la_investigaci%C3%B3n_documental_estrategias_metodol%C3%B3gicas_y_herramientas_TIC.

PLADE Plan de Desarrollo 2014 – 2023 Facultad de Contaduría y Administración.

PIDE Plan Institucional de Desarrollo 2013- 2023, UASLP Editorial Talleres Gráficos Universitarios de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. 15 de abril 2015.

Principios y técnicas de investigación”, UNAM, maestros José Alberto García Narváez y Mónica González Hernández. Recuperado de: http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/20172/informatica/1/apunte/LI_1765_09066_A_Principios_tecnica_inv.pdf

Radovan, M. & Kristl, N. (2017) Acceptance of technology and its impact on teacher's activities in virtual classroom: integrating UTAUT and CoI into a combined model. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 16(3): 11-22.

Rap, Shelley y Blonder, Ron. 2017. Thou shall not try to speak in the Facebook language: Students' perspectives regarding using Facebook for chemistry learning. *Computers & Education*, 114: 69-78. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.06.014>

Rifkin, W., Longnecker, N., Leach, J., Davis, L., & Ortia, L. (2009). Motivate students by having them publish in new media: An invitation to science lecturers to share and test. Paper presented at the Motivating Science Undergraduates: Ideas and Interventions, UniServe Science Proceedings.

Ríos, A.D., Ceconello, M.M., García Salemi, A.C. (2015) Las redes sociales como herramienta educativa: la percepción de estudiantes de ciencias agropecuarias Social networks as an educational tool: the perception of students of agricultural sciences *Rev. Agron. Noroeste Argent.* 35 (2): 27-31 ISSN 0080-2069 (impresa) ISSN 2314-369X (en línea)

Ritholtz, Barry (October 31, 2017). "The Big Four of Technology". Bloomberg. Recuperado Noviembre 27, 2018.

Rivas, Teresa (August 22, 2017). "Ranking The Big Four Tech Stocks: Google Is No. 1, Apple Comes In Last". Barron's. Recuperado Noviembre 27, 2018.

Rojas Soriano, Raúl. 2006. Guía para realizar investigaciones sociales. San Rafael: Plaza y Valdés.

Rossaro L. (2010). Educación en red. Las redes sociales como nuevos entornos de aprendizaje. Seminarios de tecnologías de la información y comunicación integradas a la educación. Las redes sociales y la educación. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado en: octubre 2019. <http://myslide.es/technology/redes-sociales-y-educacion-upc-peru-2010.html>.

Salas Rueda, R. A., & Salas Rueda, R. D. (2019). Impacto De La Red Social Facebook en El Proceso Educativo Superior De Las Matemáticas Considerando La Ciencia De Datos. *Nósis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 28, 23–42. <https://doi.org/10.20983/noesis.2019.3.2>

SEGOB: Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública. 21 de abril de 2016. http://www.dof.gob.mx/avisos/2493/SG_090516/SG_090516.html

Sharma P. (2008). Characteristics of Web 2.0 Technology. Recuperado el 15 de noviembre del 2019. En <http://www.techpluto.com/web-20-services/>, consulta: abril 2014.

Silverman, Craig. "Facebook Removed Over 2 Billion Fake Accounts, But The Problem Is Getting Worse". BuzzFeed News.

Soffer, T. & Nachmias, R. (2018) Effectiveness of learning in online academic courses compared with face-to-face courses in higher education. *Journal of Computer Assisted Learning*, 34: 534-543. DOI : <https://doi.org/10.1111/jcal.12258>

Stephen P. Robbins (2004). *Comportamiento Organizacional*. Decima Edicion, Pearson /Prentice Hall

Torres, C., Moreno, G. (2013) Inclusión de las TIC en los escenarios de aprendizaje universitario. *Apertura*, vol. 5, núm. 1, pp. 48-65.

Weiten, W. & Lloyd, M. (2006). *Psychology Applied to Modern Life: Adjustment in the 21st Century*. Canada: Thomsom Learning.

UNESCO (2011). Marco de competencias para los docentes en materia de TIC de la UNESCO <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002134/213475e.pdf>

Ureña, G. V., Herrera-Murillo, D. J., & Rodríguez-Martínez, M. del C. (2014). Asociación entre el momento de publicación en las redes sociales y el engagement estudio de las universidades mexicanas. *Palabra Clave*, 17(3), 749–772. <https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.3.8>

Valenzuela Ojeda, Gloria Angélica & Barrón Tirado, Concepción (2017) *La administración y gestión de instituciones educativas*. Editorial: Fontamara. 1ª. Ed.

Varas Rojas, L. E. (2009). Imaginarios sociales que van naciendo en comunidades virtuales: Facebook, crisis analógica, futuro digital. IV Congreso Online del Observatorio para la Cibernsiedad, november 12-29, consultado el 20/11/2019. (www.cibersociedad.net/congres2009/actes/html/com_imaginarios-sociales-quevan-naciendo-en-comunidades-virtuales-facebook_709.html)

Vargas, G. (1998). Algunas características epistemológicas de la investigación documental. *Revista de Ascolb*. 1(3 y 4).

Vázquez Recio, R. & Angulo Rasco, J.F. (2010). El curriculum en la acción: las tareas de enseñar y aprender. En Gimeno Sacristán, J. (comp.), *Saberes e incertidumbres sobre el currículum*. Madrid: Morata, 333-355.

Van Gigch, J. (1989). *Teoría General de Sistemas*. México:Trillas.

Von Bertalanffy, L. (1972- Dec). The history and status of general systems theory. *Academy of Management Journal* (pre-1986), 15(4), 407- 426.

Wheeler, S., Yeomans, P., & Wheeler, D. (2008). The good, the bad and the wiki: Evaluating student-generated content for collaborative learning. *British Journal of Educational Technology*, 39(6), 987–995.

Wheeler, S. y Wheeler, D. (2009). Utilizar wikis para promover un aprendizaje de calidad en la formación del profesorado. *Aprendizaje, medios y tecnología*, 34 (1), 1-10