

# Las redes sociales y su uso en la educación a distancia: el caso de la UNED de Costa Rica

FRANCISCO MORA VICARIOLI  
Universidad Estatal a Distancia

Contacto:  
[fmora@uned.ac.cr](mailto:fmora@uned.ac.cr)

## RESUMEN

La educación a distancia está basada en el soporte de múltiples medios para lograr la enseñanza-aprendizaje y cumplir con los objetivos didácticos establecidos; esta es la forma en que la Universidad Estatal a Distancia (UNED) de Costa Rica brinda apoyo a los estudiantes. El uso de la virtualidad ha sido un gran paso para mejorar el acceso a la información y la flexibilidad para la población que estudia en la modalidad a distancia.

Las redes sociales cuentan ya con varios años de auge e implantación. En el ámbito comercial han gozado de gran éxito, pero también se están perfilando como un medio que es parte de los procesos educativos, gracias a su uso constante y el modo en que los estudiantes pueden realizar consultas y estar al tanto de la información que publica la universidad de forma oportuna y novedosa. En la educación a distancia, las redes sociales pueden cumplir la función de otro canal de comunicación pues los estudiantes no frecuentan la institución de manera presencial.

En esta ponencia, se expone la experiencia de la UNED en redes sociales y los beneficios obtenidos. A pesar de que dichas herramientas no son de uso generalizado y se requiere de la creación ciertas regulaciones en la institución. Es posible, entonces, determinar las potencialidades que ofrecen las redes sociales, dado que se utilizan en diferentes instancias, centros universitarios y cátedras de la UNED.

**PALABRAS CLAVE:** educación a distancia, virtualidad, redes sociales.

## ABSTRACT

Distance education is based on the support of multiple means to achieve teaching and learning. Also to achieve the multiple means established. That is the way in which Universidad Estatal a Distancia (UNED) of Costa Rica provides support to students. This of virtuality has been a major step to Improve the access to information and also the flexibility for our students.

Social networks have several years of boom and implementation. They have succeeded the commercial field. But also emerging as a helpful tool that is part of the educational process. Social network helps student to be aware of the new information that is available and also they can ask questions. In distance education, social media can play the role of another communication channel, in students that do not attend in a personal way the educative institution students do not attend the institution in person. In this paper, we share the experience of the Open University in social networks and its benefits. Even when some of these tools are not widely used. It is then possible to determine the potential offered by social networks, as used in different instances, colleges and Departments of the UNED.

**KEYWORDS:** distance education, virtual, social networks

## Introducción

---

La UNED surge el 3 de marzo de 1977 como la primera institución superior de educación a distancia de Costa Rica. Con el advenimiento de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se está incluyendo desde hace algunos años el uso de los entornos virtuales de aprendizaje de manera intensiva, de forma bimodal o única, hasta el punto que actualmente varias carreras y posgrados se brindan en dicha modalidad.

Es importante destacar que la universidad se caracteriza por una gran cobertura en nuestro territorio y cuenta con muchos estudiantes fuera de la Gran Área Metropolitana (GAM). La UNED cuenta con más de 35 centros universitarios o sedes, una oportunidad que se optimiza al utilizar los medios electrónicos como apoyo para los procesos académicos. Ejemplo de ello son las plataformas de aprendizaje en línea y los recursos didácticos en la web, al igual que el material escrito, los videos y programas de radio, entre otros; en esa misma línea, actualmente las redes sociales comienzan a formar parte de este amplio campo de herramientas de la enseñanza superior para facilitar esos insumos educativos.

Diferentes instancias de la institución se están preocupando por la presencia de la UNED dentro de las redes sociales pues tales canales de comunicación van brindando, paulatinamente, ventajas como el acercamiento entre la UNED y el estudiantado por medio de sus dispositivos inteligentes o desde sus computadoras, en cualquier momento y lugar (comunicación asincrónica). Se ha podido notar un incremento en el número de usuarios estudiantiles que están usando tal servicio.

Posteriormente, se detallarán algunas cifras referidas a la cantidad de seguidores en las redes sociales, específicamente de los perfiles y las páginas de las diferentes instancias de la UNED en la red social *Facebook* (FB), principalmente, y el uso de la cuenta de *Twitter* de la Institución. En el ámbito de la educación a distancia mediada por la virtualidad, y en la cual la UNED está inmersa, se puede pensar en las redes sociales como medios de comunicación, además de permitir espacios para acercar más a los estudiantes a la universidad en su área administrativa, así como a los profesores y a compañeros de grupo, lo que incluso propicia un mayor sentido de pertenencia.

Un caso claro lo representan son las páginas de FB, que han creado algunas asociaciones de estudiantes y grupos de ciertas carreras de la universidad.

Las redes sociales también se utilizan en la UNED para divulgar proyectos de investigación de la institución y actividades científicas. La Vicerrectoría de Investigación está utilizando las redes sociales como FB, *Twitter* y *Google Plus* para tal fin.

Más allá de seguir la tendencia de contar con un espacio en las redes sociales, el uso de estos recursos le facilita a la población estudiantil el contacto con la universidad y poder canalizar dudas administrativas, técnicas o académicas. Algunas instancias de servicio han experimentado una gran aceptación por parte de los estudiantes, quienes aprovechan para realizar preguntas administrativas como opciones al uso de los medios de comunicación tradicionales como el teléfono o el correo electrónico.

Esta ponencia se enmarca en el eje denominado “Aplicación de TIC en la enseñanza y el aprendizaje”, propuesto para el Congreso EDUTEC 2013, el cual contempla el tema de redes sociales y comunidades de aprendizaje por su actualidad e importancia en el ámbito educativo.

El propósito de la investigación es demostrar el uso de las redes sociales en la Universidad Estatal a Distancia (UNED) de Costa Rica como una forma innovadora de acercamiento al proceso de enseñanza-aprendizaje de estudiante. Se basa, primordialmente, en la red social Facebook, la cual es la más popular y es la que tiene una mayor aceptación en la institución.

## Marco teórico

---

### EDUCACIÓN A DISTANCIA MEDIADA POR LA VIRTUALIDAD

La educación a distancia es aquella modalidad educativa que aprovecha diversos medios tecnológicos para apoyar los procesos de enseñanza-aprendizaje. Delega un papel fundamental en el estudiante, ya que este debe ser protagonista de su propio aprendizaje (según el modelo pedagógico de la UNED); por lo tanto, el discente se tiene que involucrar activamente en ese proceso. En dicha metodología de estudio, desde sus orígenes se han tomado en cuenta los diversos medios didácticos, que se han ido apartando de la educación tradicional del método Tayloriano para entroncarse con las propuestas más diversas de aprendizaje.

La lista de medios que la institución utiliza para el proceso de enseñanza-aprendizaje aumenta en la medida en que emergen nuevas tecnologías. Actualmente, la UNED aprovecha -quizá como ninguna otra universidad en el país- los medios electrónicos, pero sin dejar de lado los medios impresos y otros tradicionales, toda vez que igualmente aportan sus múltiples beneficios a la población meta.

La Internet y el desarrollo de recursos educativos posibilitan la incorporación de la virtualidad al modelo a distancia, particularmente las plataformas de aprendizaje en línea. La UNED ha experimentado un gran crecimiento en el uso de los entornos virtuales de aprendizaje, con la claridad de que se trata de una institución de educación superior a distancia y no virtual; por ello, este recurso en muchos casos se utiliza como un complemento (ya sea en cursos híbridos o bimodales) y en algunos programas se ha decidido, por sus características propias, virtualizar los cursos casi por completo.

El uso de las redes sociales se debe hacer con la seriedad del caso pues aún no existen parámetros que delimiten su aplicación ni hay suficiente experiencia acumulada para prever situaciones diversas que puedan alterar el proceso educativo e incluso dañar la imagen del profesorado y la institución.

### HISTORIA Y ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales aparecen en la década de los ochenta del siglo anterior gracias a grupos de personas que interactúan en sitios de funcionalidades limitadas con respecto a las posibilidades actuales de los servicios de redes sociales. El auge de las redes sociales se ha complementado con sitios novedosos, que revolucionan el modo en que se puede interactuar con otros usuarios y estar al tanto de recursos ilimitados que se publican.

El acelerado ritmo de crecimiento de las redes sociales es bastante evidente, como lo señalan Firstbrook y Wollan (2011): “la radio tardó treinta y ocho años en conseguir 50 millones de usuarios, pero *Facebook* ha tardado menos de cuatro” (p. 27). Este acogimiento de los usuarios impresiona por

la corta data de estos espacios. El aumento en el uso de las redes sociales y de su número de usuarios brindan una idea de su relevancia como medios de comunicación interactivos pese a tratarse de medios asincrónicos. Por ejemplo, hoy las noticias se propagan en estas redes y se van registrando las diversas opiniones de los usuarios. Del mismo modo, en la UNED las consultas administrativas publicadas son vistas por muchos estudiantes los cuales están pendientes de su resolución.

Las redes sociales son parte de un principio en el que el usuario de Internet tiene la iniciativa de interactuar y realizar publicaciones. Sitios como *MySpace* y *Hi-5* revolucionaron este principio hace algunos años; posteriormente aparecieron nuevos sitios que ofrecen otras novedades y en los cuales los usuarios encuentran múltiples funcionalidades tales como *Facebook*, *Twitter* y *LinkedIn*. Existen más de 100 redes sociales: algunas de ellas no son tan conocidas; otras se crean y desaparecen al poco tiempo por desuso; otras tantas se plantean por alguna temática específica para usuarios y con fines más concretos.

Otra razón que ha favorecido el uso extendido de las redes sociales es el mejoramiento en el acceso de la población mundial a Internet. Ha influido también la posibilidad de conexión que brindan la diversidad de dispositivos móviles con que se cuenta hoy, como los teléfonos inteligentes y las tabletas; además, hay una reducción en su costo y un aumento en sus cualidades de navegación y rapidez, así como la variedad de aplicaciones disponibles; de hecho, para el 2013 se pronostica un crecimiento en la venta del número de tabletas nunca antes visto. En estos dispositivos existen aplicaciones (*Apps*), diseñadas, por ejemplo, exclusivamente para utilizar de manera sencilla las diferentes redes sociales más populares.

La popularidad de las redes sociales no resulta casual, sino que se debe a su multiplicidad de funcionalidades:

La tecnología sobre la que se sustentan las redes sociales permite a sus usuarios compartir todo tipo de datos e información y en múltiples formatos: audio, texto y vídeo, y con muchas menos limitaciones que el correo electrónico, cuya capacidad es mucho más limitada. Esta característica las convierte en espacios ideales para el intercambio comunicativo entre internautas. (Abuín, 2009, p. 3)

La comunicación como eje central de las redes sociales, en lo sincrónico y lo asincrónico es uno de los puntos comunes entre los usuarios, tanto para aquellos que publican información como para los que son seguidores y desean enterarse de las novedades que se “cuelgan” en diferentes perfiles o muros.

## **VOLUMEN DE USO DE LAS REDES SOCIALES**

Según las estadísticas de *Google* correspondientes al 2011, *Facebook* no solo se convierte en la red social más popular, sino que absorbe 51,3% de las visitas de las 100 páginas en Internet más visitadas y logra alcanzar una cifra de 880 mil millones de visitas durante el 2011.

Según un estudio realizado en Costa Rica en el 2011, “un total de 811 000 costarricenses ya forman parte de una red social en Internet y 45% de ellos ingresa con frecuencia para enterarse de lo que están haciendo sus amigos y publicar lo que quieran” (Fonseca, 2011, párr. 1). Este mismo estudio señala a *Facebook* como la red social favorita en nuestro país.

Por otra parte, para América latina, Facebook es la red social predilecta, como lo reportan Fonseca, Arce, Pedrero y Crettaz (2012). En la región, cuenta con casi 109 millones de usuarios. Dicha cifra brinda una idea de la inmersión en el uso de las redes sociales, la cual aumenta si se le adiciona la cantidad de usuarios en otras redes sociales populares.

### **CONSIDERACIONES PARA LAS REDES SOCIALES**

A propósito del uso de las redes sociales, la Cámara Costarricense-Norteamericana de Comercio (Amcham) llama la atención con respecto a las redes sociales. Señala que estas “son un fenómeno en auge gracias al poder de comunicación que la Internet facilita, pero su uso debería ser regulado en todas las empresas, recomendaron los expertos” (p. 1).

La recomendación del ente asesor puede prevenir situaciones conflictivas y permitiría obtener el máximo provecho al potencial de estos medios de interacción. Las instituciones de educación superior, como organizaciones, deberían contar con normativa para mejorar el uso de las redes sociales, tanto en el plano de sus funcionarios como para sus estudiantes.

Las políticas de uso de las redes sociales, deberían estar incluidas en el término que las ampara o que es de uso común: *social media policies*, normas tendientes al buen uso de este tipo de medios de comunicación digitales. Según Herrera (2011), el propósito de dichas política es que las organizaciones fijen “el tono, las expectativas y las reglas de juego respecto a lo que espera de sus empleados a la hora de utilizar los medios sociales” (p. 3).

Uno de los inconvenientes del uso de las redes sociales en la labor docente o de apoyo para las funciones de una determinada instancia educativa es la falta de normativa para su uso. En la UNED de Costa Rica, por ejemplo, no existen con reglas para la utilización de estos espacios de interacción.

Es preciso destacar que el uso de las redes sociales en el ámbito académico aún es escaso. Por lo tanto, se debe estudiar bien su potencial: “los últimos años han supuesto una auténtica revolución en la forma de relacionarse; todavía siguen siendo algo poco presente en el ámbito académico: las ocasiones en que se utilizan son aisladas y pocas gozan de continuidad”. (Espuny, González, Lleixà y Gisbert, 2011, p. 1).

### **RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA UNED**

La Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación (OI-MERCOM) de la UNED, que administra el sitio principal de *Facebook* de la institución, ha brindado algunas recomendaciones para el uso de Facebook, señaladas por la comunicadora Victoria Campos, de la OI-MERCOM de la UNED, quien propone algunos elementos por vigilar:

- Dar a la página un nombre que lo identifique con la UNED, preferiblemente corto.
- Las dependencias institucionales pueden usar el logo de la UNED.
- Es indispensable agregar toda la información general de la dependencia o el programa en el perfil, con datos como el nombre del administrador, teléfono y correo para corroborar o solicitar más información.
- Es necesario que haya monitoreo y actualización diaria de la información.

En cuanto a consultas de los estudiantes y amigos, hay que responder lo antes posible y

preferiblemente en un rango máximo de 24 horas.

- No es recomendable eliminar los comentarios de los usuarios porque podría generar malestar en el público, interpretaciones equivocadas u ofensas.
- Vigilar el uso de imágenes o fotografías, deben ser propiedad de la institución o bien contar con la debida autorización. (Campos, comunicación personal, 2 de abril del 2013).

Las recomendaciones anteriores son tendientes a aprovechar mejor el recurso de la red social, lo mismo que para cuidar la imagen institucional con el uso de los logos y el trato hacia los estudiantes.

## **Objeto, problema, alcances y limitaciones del estudio**

---

El planteamiento de la investigación está basado en demostrar el uso de las redes sociales en el ámbito de la UNED.

El objeto de estudio se plantea a partir del cuestionamiento siguiente: ¿de qué manera se está planteando el uso de las redes sociales y sus beneficios académicos, administrativos e informativos para la población estudiantil de la UNED?

Como objetivo general de la ponencia se estableció: determinar el uso y el beneficio de las redes sociales en la UNED, como herramientas de apoyo en las funciones enseñanza-aprendizaje, propias de un curso en línea y que implican divulgación académica y apoyo informativo para la educación a distancia.

Con respecto al plano muestral, se debe destacar que una limitante es no poder contar con el dato de cuántos docentes de la institución están utilizando las redes sociales, ya que incluso algunos podrían estar utilizando dichas redes para procesos académicos, pero no de forma oficial.

## **Metodología**

---

La investigación es de corte exploratoria y se aplica una metodología de enfoque cuantitativo, por cuanto se realiza una indagación y se pretenden cuantificar el uso que la UNED y su población estudiantil están haciendo de las redes sociales, como apoyo a procesos académicos, administrativos y de atención a estudiantes, como parte de su quehacer. Se investigó en la red social Facebook la cantidad de usuarios que interactúan en este entorno universitario, a fin de contar con una muestra base de quienes lo utilizan.

También se consultaron las orientaciones académicas (guías que se les brindan a los estudiantes para los cursos) para determinar aquellas asignaturas y cátedras que indican la presencia de apoyo en una determinada red social. Los periodos académicos para el estudio corresponden al Segundo y Tercer Cuatrimestre del 2012, y el Primer Cuatrimestre del 2013.

Cabe destacar que en las orientaciones se indican los recursos que los estudiantes utilizarán en los cursos; entonces, son un buen referente para determinar cuáles cátedras están utilizando (ya sea parcial o totalmente) las redes sociales en sus cursos de manera oficial.

Como fuente primaria de información, se realizaron entrevistas a los encargados de administrar

algunas de estas páginas. El objetivo fue determinar criterios respecto del uso de las redes sociales de diferentes instancias que utilizan Facebook actualmente como apoyo para los procesos académicos.

## Resultados y análisis

### EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA UNED

A continuación, se detallan los hallazgos de la investigación realizada en la UNED acerca del uso de la red social *Facebook* en sus procesos académicos.

En el cuadro 1 se detallan algunas de las asociaciones de estudiantes de la UNED, así como Centros Universitarios que aprovechan *Facebook*. Entre ellas, se debe destacar que la página de la UNED del Centro Universitario de San Vito que funciona desde el 2010 ha logrado incorporar a muchos seguidores.

**Cuadro 1:** Algunas asociaciones de estudiantes de la UNED y Centros Universitarios en *Facebook*

Nombre de la página	Dirección en Facebook	Número de seguidores o amigos
1. Asociación de estudiantes Limón	<a href="http://www.facebook.com/asocestlimon.uned?fref=ts">http://www.facebook.com/asocestlimon.uned?fref=ts</a>	163
2. Asociación de estudiantes de San Carlos	<a href="http://www.facebook.com/groups/130887356995606/?fref=ts">http://www.facebook.com/groups/130887356995606/?fref=ts</a>	33
3. Asociación de estudiantes de la carrera de Ingeniería agronómica	<a href="http://www.facebook.com/pages/Asociaci%C3%B3n-de-Estudiantes-de-Ingenier%C3%ADa-Agron%C3%B3mica-de-la-UNED/149583085186051?fref=ts">http://www.facebook.com/pages/Asociaci%C3%B3n-de-Estudiantes-de-Ingenier%C3%ADa-Agron%C3%B3mica-de-la-UNED/149583085186051?fref=ts</a>	93
4. Asociación de estudiantes de Guápiles	<a href="http://www.facebook.com/pages/Asociaci%C3%B3n-de-Estudiantes-Centro-Universitario-UNED-Gu%C3%A1piles/103082083404?fref=ts">http://www.facebook.com/pages/Asociaci%C3%B3n-de-Estudiantes-Centro-Universitario-UNED-Gu%C3%A1piles/103082083404?fref=ts</a>	17
5. UNED San Vito	<a href="http://www.facebook.com/unedsanvito?fref=ts">http://www.facebook.com/unedsanvito?fref=ts</a>	2507
6. UNED Alajuela	<a href="http://www.facebook.com/uned.alajuela.1?fref=ts">http://www.facebook.com/uned.alajuela.1?fref=ts</a>	1374
7. UNED Atenas	<a href="http://www.facebook.com/unedatenas.centrouniversitario?fref=ts">http://www.facebook.com/unedatenas.centrouniversitario?fref=ts</a>	133
8. Asociación UNED la Cruz	<a href="http://www.facebook.com/asoc.unedlacruz">http://www.facebook.com/asoc.unedlacruz</a>	380
9. UNED Buenos Aires	<a href="http://www.facebook.com/ceubuenosaires12?fref=ts">http://www.facebook.com/ceubuenosaires12?fref=ts</a>	255
10. UNED Pérez Zeledón	<a href="http://www.facebook.com/uned.perezzeledon?hclocation=timeline">http://www.facebook.com/uned.perezzeledon?hclocation=timeline</a>	752
11. UNED Osa	<a href="http://www.facebook.com/centrouniversitario.osa?fref=ts">http://www.facebook.com/centrouniversitario.osa?fref=ts</a>	51

**Fuente:** elaboración propia con datos extraídos de la red social *Facebook*

En el cuadro anterior, es posible notar que algunas asociaciones contabilizan un número reducido de estudiantes pues su presencia es relativamente nuevas en dichos espacios sociales.

La experiencia del Centro Universitario de San Vito es explicada por Juan Mora, funcionario de dicho centro, quien señala los beneficios de la red social:

- Mayor acceso al estudiantado y usuarios en general
- Evacuación de preguntas vía red
- Publicación de eventos y noticias importantes para los estudiantes
- Localización y comunicación con estudiantes en Panamá. (Mora, comunicación personal, 3 de abril del 2013)

Fue posible detectar 15 centros universitarios de la UNED con página o perfil en Facebook. Se trata, pues, de una buena proporción si se tiene en cuenta que son más de 35 recintos.

La UNED posee dos páginas principales en Facebook que aunque no estén resguardadas bajo la norma institucional, (debidamente oficializadas), cuentan con el aval de la Rectoría y están habilitadas desde el 2010.

Como señala Campos (2012), una de las páginas tiene perfil de persona (UNED-Costa Rica), con 5 mil amigos, y la otra corresponde a un perfil de organización que cuenta con 2400 seguidores y más 9800 personas con estatus “Me gusta” el perfil. (Campos, comunicación personal, 2 de abril del 2013)

La UNED también posee un usuario en la red social Twitter (UNED Costa Rica), que cuenta actualmente con 487 seguidores y 1227 tweets. Igualmente, sirve como medio informativo de la institución.

El Programa de Aprendizaje en Línea (PAL) de la UNED es el ente encargado de administrar las plataformas de aprendizaje en línea en la institución; por esa razón, atiende muchísimas dudas técnicas de los cursos por parte de estudiantes y profesores. A partir del año 2011, se creó un perfil en Facebook, denominado “Programa Aprendizaje en Línea”, con el fin de atender una parte de las dudas técnicas de estudiantes, como mecanismo alternativo al correo electrónico y al teléfono. En el cuadro 2 se muestra la cantidad de seguidores de la página del PAL.

Al igual que el PAL, el Programa de Videoconferencia y Audiográfica (VAU) de la UNED tiene una página en Facebook desde inicios del 2012. Los beneficios para el programa y para los usuarios son señalados por César Rojas, funcionario de dicha instancia:

- Campañas de información masiva a los estudiantes
- Respuesta personalizada a dudas de estudiantes
- Convocatoria a eventos varios
- Información acerca de imprevistos (alguna cancelación, cambio de hora, entre otros) a estudiantes. (Rojas, comunicación personal, 4 de abril del 2013)

En el cuadro 2 se muestra la cantidad de usuarios que tienen tanto el PAL como el VAU, la cantidad de seguidores muestra el auge de dichas páginas en corto tiempo.



Nombre de la página	Dirección en Facebook	Número de seguidores o amigos
Programa de Videoconferencia y Audiográfica (VAU)	<a href="http://www.facebook.com/videoconferenciasuned.costarica?fref=ts">http://www.facebook.com/videoconferenciasuned.costarica?fref=ts</a>	1745
Programa de Aprendizaje en Línea (PAL)	<a href="http://www.facebook.com/programaaprendizajeenlinea?fref=ts">http://www.facebook.com/programaaprendizajeenlinea?fref=ts</a>	1058

**Fuente:** elaboración propia con datos extraídos de la red social *Facebook*

El uso de la red social *Facebook* también forma parte la Defensoría de los Estudiantes (DEFE) de la UNED, instancia que apoya y orienta al estudiantado en la protección de sus derechos y deberes. La red social se convierte en un canal de comunicación adicional; de hecho, es posible encontrar diversas páginas de otras defensorías de diferentes centros universitarios. En el cuadro 3, se aprecia dicha información la cual demuestra que hay muchos seguidores.

Nombre de la página	Dirección en Facebook	Número de seguidores o amigos
1. Defensoría de los estudiantes UNED	<a href="http://www.facebook.com/defensoriauned?fref=ts">http://www.facebook.com/defensoriauned?fref=ts</a>	1713
2. Defensoría San Carlos	<a href="http://www.facebook.com/defensoria.sancarlos?fref=ts">http://www.facebook.com/defensoria.sancarlos?fref=ts</a>	331
3. Defensoría Desamparados	<a href="http://www.facebook.com/defensoria.desamparados?ref=ts&amp;fref=ts">http://www.facebook.com/defensoria.desamparados?ref=ts&amp;fref=ts</a>	161
4. Defensoría Monteverde	<a href="http://www.facebook.com/defensoria.monteverde?fref=ts">http://www.facebook.com/defensoria.monteverde?fref=ts</a>	139
5. Defensoría De Los Estudiantes Limón	<a href="http://www.facebook.com/defensoriadelosestudiantes.limon?fref=ts">http://www.facebook.com/defensoriadelosestudiantes.limon?fref=ts</a>	43
7. Defensoría UNED San Vito	<a href="http://www.facebook.com/defensoriauned.sanvito?fref=ts">http://www.facebook.com/defensoriauned.sanvito?fref=ts</a>	41

**Fuente:** elaboración propia con datos extraídos de la red social *Facebook*

Gabriela Rivera, funcionaria de la DEFE, señala múltiples beneficios del uso de *Facebook* en esta oficina:

- Divulgación de la normativa de la institución y su difusión por parte de los estudiantes.
- Divulgación y asistencia de estudiantes a actividades de capacitación: los estudiantes pueden darles seguimiento a diferentes actividades que se realizan y ver los álbumes de fotos y videos; así se han logrado divulgar proyectos de acción social y explicar cómo se desarrollan las actividades de capacitación.
- En los centros universitarios, ha sido exitoso el *Facebook*, se concretan citas con los

estudiantes para atender los casos presencialmente.

-Resolución de denuncias y consultas mediante el correo de *Facebook* y del chat. (Rivera, comunicación personal, 18 de abril del 2013).

Es fundamental resaltar que el uso de las redes sociales también se extiende a un pilar sustantivo de la institución: la investigación. La Vicerrectoría de Investigación de la UNED tiene experiencia en cuando al uso de estos espacios sociales para divulgar su quehacer.

Ricardo Osorno, funcionario de la Vicerrectoría de Investigación, afirma que el uso de *Twitter* y *Facebook* ocurre desde agosto del 2012 con el objetivo de producir un mayor tráfico al portal principal de esta instancia y compartir información de interés y no solo referente a la universidad (Osorno, comunicación personal, 15 de abril del 2013). En el cuadro 4 se muestra el dato de los seguidores de la vicerrectoría. Llama la atención la cantidad de *tweets* que se han generado pues se cuentan, a abril del 2013, con 1760.

Nombre de la página	Dirección en Facebook	Número de seguidores o amigos
Vicerrectoría de Investigación UNED	<a href="https://www.facebook.com/UNEDInvestiga">https://www.facebook.com/UNEDInvestiga</a>	228
Vicerrectoría de investigación	<a href="https://twitter.com/unedinvestiga">https://twitter.com/unedinvestiga</a>	161

**Fuente:** elaboración propia con datos extraídos de la red social *Facebook* y *Twitter*

### USO DE LAS REDES SOCIALES EN CÁTEDRAS

Luego de la revisión de las orientaciones académicas del Segundo y Tercer Cuatrimestres del 2012 y del Primer Cuatrimestre del 2013 se logró encontrar las cátedras que colocan el enlace de la página de Facebook dentro del documento oficial de las orientaciones académicas; en el cuadro 5 se muestran.

Cuadro 5:

Cátedras que utilizan *Facebook* y lo indican en las orientaciones de curso

Nombre de la página	Dirección en Facebook	Número de seguidores o amigos
1. Cátedra de Historia de la UNED	<a href="http://www.facebook.com/historiauned">http://www.facebook.com/historiauned</a>	2135
2. Cátedra de Métodos de la UNED	<a href="http://www.facebook.com/catedra.uned?fref=ts">http://www.facebook.com/catedra.uned?fref=ts</a>	3131
3. Geo cívica UNED	<a href="http://www.facebook.com/geocivica.uned?fref=ts">http://www.facebook.com/geocivica.uned?fref=ts</a>	162

**Fuente:** elaboración propia con datos extraídos de la red social *Facebook*

Existen algunas cátedras que poseen una página en *Facebook*; sin embargo, no lo indican dentro de las orientaciones académicas. Algunas de ellas se muestran en el cuadro 6:

Cuadro 6:  
Cátedras que utilizan *Facebook*

Nombre de la página	Dirección en Facebook	Número de seguidores o amigos
1. Cátedra de Ecología y Educación Ambiental UNED	<a href="http://www.facebook.com/groups/147424628663787/members/">http://www.facebook.com/groups/147424628663787/members/</a>	384
2. Catedra Psicología Educativa	<a href="http://www.facebook.com/catedra.educativa">http://www.facebook.com/catedra.educativa</a>	452
3. Cátedra De Química UNED	<a href="http://www.facebook.com/catedradequimica.uned?fref=ts">http://www.facebook.com/catedradequimica.uned?fref=ts</a>	93

**Fuente:** elaboración propia con datos extraídos de la red social *Facebook*

El gran uso de las redes sociales en la UNED y en particular del *Facebook* se denota con la presencia de otras muchas instancias. Por ejemplo, la Dirección de Extensión Universitaria (Dirextu) tiene su presencia en dicha red; así mismo, el área de Atención Socioeconómica de la Dirección de Asuntos Estudiantiles (DAES) y también existen grupos ecológicos, deportivos y culturales.

### **ATENCIÓN DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA UNED**

A continuación, se explica la experiencia y se detallan los criterios seguidos para atender las publicaciones de los estudiantes de la UNED en las distintas páginas de *Facebook* de la institución.

Algunas instancias coinciden en que la atención a los requerimientos de los estudiantes en *Facebook* deben realizarse de forma diaria. En ese sentido, Ana Victoria Campos indica que:

Por medio de la página de *Facebook* de la UNED, se reciben quejas y observaciones de diferentes situaciones que denuncian los estudiantes. Estas siempre las remitimos a los involucrados y autoridades correspondientes para su conocimiento y les solicitamos, si es posible, una respuesta adecuada, con el fin de evitar el desarrollo de un conflicto en redes sociales y tratamos de dar respuesta, en la medida de lo posible, antes de 24 horas. (Campos, comunicación personal, 2 de abril del 2013)

Por otra parte, en el PAL no se han detectado conflictos por parte de los estudiantes con el uso de la página de *Facebook* de dicha instancia, según lo indica Cinthya Valerio encargada de esta página: “solo algunos estudiantes se muestran descontentos con algunos cursos”. (Valerio, comunicación personal, 2 de abril del 2013)

### **LIMITANTES PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA UNED Y POSIBLES PROBLEMÁTICAS**

Se debe tomar en cuenta que las instancias que utilicen las redes sociales deben asignar

personal para la atención de los estudiantes; de lo contrario, existirá más bien una percepción de desatención. También se debería contar con un protocolo de renovación y actualización del perfil o información que se presente en la red social utilizada. El objetivo sería cuidar la imagen institucional. Lo anterior puede sobrecargar las funciones del personal en caso de que no sea debidamente contemplado, a causa del aumento del número de usuarios en las redes sociales y, por ende, el mayor flujo de consultas.

En la UNED todavía no existe una normativa que le asigne tiempo al personal o que brinde criterios para dimensionar el trabajo que implica la atención de la red social que utilicen las dependencias como apoyo. Del mismo modo, habría que normar cómo el profesorado las utiliza.

Como parte del uso que la institución está haciendo de las redes sociales, la OI-MERCOM ya giró directrices para el uso institucional y que en la universidad se sigan criterios gráficos; sin embargo, no se trata de normativa oficializada.

## Conclusiones

---

- Existen instancias con una buena experiencia en el uso de la red social Facebook para el apoyo de procesos académicos, lo cual se refleja con el número de amigos o seguidores, lo cual sirve como parámetro para visualizar el crecimiento que se va dando el uso de estos recursos.
- Se debe considerar solventar las inquietudes que plantean los estudiantes en las diferentes páginas de Facebook en un plazo máximo de 24 horas durante los días hábiles; aunque no es un parámetro oficial, algunas instancias indican que sería lo adecuado.
- Si bien en la UNED aún no hay un uso generalizado de las redes sociales, gracias a la iniciativa de algunas instancias y cátedras se está ganando experiencia de ese tipo y es posible analizar la aceptación por parte de los usuarios.
- Como parte de la experiencia de los programas PAL, VAU y la DEFE, se puede evidenciar los beneficios del uso de la red social Facebook, derivados de un canal de comunicación efectivo, tanto para la atención de las consultas de los estudiantes como para la divulgación de eventos y fechas importantes a nivel institucional.
- Actualmente, la UNED no cuenta con una normativa que regule el uso de las redes sociales para los procesos tanto académicos como administrativos.
- Las instancias que apoyen sus procesos o que utilicen como medio de comunicación una red social, deberían contar con el personal a cargo de esta y definir las funciones específicas para la atención de estos espacios sociales.

## Recomendaciones

---

- Se debe crear una normativa o protocolo general en la UNED para la atención de estudiantes por medio de las redes sociales, para evitar posibles situaciones conflictivas.
- Para futuras investigaciones sería valioso indagar el motivo por el cual no todos los centros

universitarios o las instancias de servicio de la UNED cuentan con el apoyo de una página en Facebook, dados los beneficios denotados en este trabajo, con el uso de las redes sociales.

-También se debe investigar el uso de otras redes sociales que se van perfilando como buenos espacios de divulgación, tales como Google plus y Pinterrest, entre otras.

-En un futuro cuando el uso de las redes sociales esté mucho más generalizada en la institución y existan protocolos y normativa para su uso, debería investigarse la opinión de los estudiantes respecto a los beneficios que obtienen de la información y la comunicación con la institución, por medio de las redes sociales.

## Bibliografía

---

- Abuín, Natalia. (2009). *Las redes sociales como herramienta educativa en el ámbito universitario*. Recuperado de [http://moodle.upm.es/adamadrid/file.php/1/web\\_IV\\_jornadas\\_ADA/comunicaciones/30\\_Abuin.pdf](http://moodle.upm.es/adamadrid/file.php/1/web_IV_jornadas_ADA/comunicaciones/30_Abuin.pdf)
- Cámara Costarricense-Norteamericana de Comercio. (2011). *Empresarios costarricenses analizan cómo regular uso de Redes Sociales en tiempo laboral*. Recuperado de <http://www.amcham.co.cr/newsletters/201106/redes.pdf>
- Campos, Ana Victoria. (2011). *Recomendaciones de RRPP para Facebook*. Acontecer [versión digital]. Recuperado de <http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php/hablemos-de-rrpp/54-rrpp/919-recomendaciones-de-rrpp-para-facebook.html>
- Espuny, Cinta; Juan González; Mar Lleixà y Mercè Gisbert (2011). *Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios*. Recuperado de <http://rusc.uoc.edu/ojs/index.php/rusc/article/view/v8n1-espuny-gonzalez-lleixa-gisbert/v8n1-espuny-gonzalez-lleixa-gisbert>
- Firstbrook, Caroline y Robert Wollan (2011). *Aprovechar las ventajas de las redes sociales*. Recuperado de [http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/Local\\_Spain/PDF/D6%20Accenture\\_aprovechar\\_ventajas\\_redes\\_sociales.pdf](http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/Local_Spain/PDF/D6%20Accenture_aprovechar_ventajas_redes_sociales.pdf)
- Fonseca, P.; H. Arce; E. Pedrero y J. Crettaz (2012, 13 de octubre). *Más conectados*. El País [versión digital]. Recuperado de [http://www.elpais.com.uy/suplemento/quepasa/mas-conectados/quepasa\\_669069\\_121013.html](http://www.elpais.com.uy/suplemento/quepasa/mas-conectados/quepasa_669069_121013.html)
- Fonseca, Pablo (2011, 19 de agosto). *811.000 costarricenses tienen cuenta en una red social*. La Nación [versión digital]. Recuperado de <http://www.nacion.com/2011-08-19/AldeaGlobal/811-000-costarricenses-tienen-cuenta-en-una-red-social-.aspx>
- Google (2011). *The 1000 most-visited sites on the web*. Recuperado de <http://www.google.com/ad-planner/static/top1000/>
- Herrera, Susana. (2011). *Social media policies en los medios tradicionales: cuando el sentido común no es suficiente*. Recuperado de [http://www.academia.edu/1093721/Social\\_media\\_policies\\_en\\_los\\_medios\\_tradicionales\\_cuando\\_el\\_sentido\\_comun\\_no\\_es\\_suficiente](http://www.academia.edu/1093721/Social_media_policies_en_los_medios_tradicionales_cuando_el_sentido_comun_no_es_suficiente)