



I. Prosumers (instagrammers, youtubers y tiktokers)

Propuesta de guía de utilización de redes sociales por programas de posgrados

Proposed guidelines for the use of social networks by graduate programs

Rafael Abrahão-de-Sousa

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
rafael.ibrahim.oz@gmail.com

Vanessa Matos-dos-Santos

FACED, UFU, Brasil
vanmatos.santos@gmail.com

Resumen

Las universidades públicas, como importantes instituciones de educación superior en Brasil, aún están en proceso de desarrollar pautas generales para la comunicación a través de estas redes sociales. Como las estrategias tradicionalmente relacionadas con la Comunicación Organizacional ya no son suficientes y eficientes para un público que nació en el contexto de las redes virtuales. En este texto abordamos elementos teóricos, específicamente normativos, para el desarrollo de una propuesta de Guía para Utilización de Redes Sociales en el ámbito académico (en nuestro recorte, para el Programa de Posgrado en Tecnologías, Educación y Comunicación de la Facultad de Educación de la Universidad Federal de Uberlândia (PPGCE/FACED/UFU¹). Presenta-se, como parte inicial de la investigación, el diseño metodológico propuesto para la recolección de datos.

Abstract

Public universities, as important institutions of higher education in Brazil, are still in the process of developing general guidelines for communication through these social networks. This is because the strategies traditionally related to Organizational Communication are no longer sufficient and efficient for a public that was born in the context of virtual networks. In this text, we address theoretical elements, specifically regulatory, for the development of a proposal for a Guide for the Use of Social Networks in the academic environment (in our case, for the Graduate Program in Technology, Education and Communication of the Faculty of Education at the Federal University of Uberlândia (PPGCE/FACED/UFU¹). As an initial part of the research, the methodological design proposed for data collection is presented.

Palabras clave / Keywords

Programas de posgrado; comunicación institucional; redes sociales; universidad, facultad de educación; guía educativa.

Graduate programs; institutional communication; social networks; university, faculty of education; educational guide.

1. Introducción

Los años 2020, 2021 y este primer semestre de 2022 provocan cambios significativos en los hábitos de consumo informacional a nivel mundial. Una pandemia impone la necesidad de intensificar el uso de las tecnologías digitales, especialmente para el consumo audiovisual. Solo en Brasil, el consumo de contenidos audiovisuales online (videos online) ha crecido un 84% en los últimos tres años (Kantar-Ibope, 2020).

La explosión en el consumo de este tipo de contenidos se produjo no por casualidad, durante los primeros meses de la pandemia del Sar-Cov-2, en particular debido a las medidas sanitarias de aislamiento social. Los índices registrados en Brasil en relación al consumo de video en redes sociales son superiores a la media mundial: el balance brasileño fue del 72% mientras que el mundial registró el 57%. También se destaca que, entre estos contenidos audiovisuales consumidos diariamente por los brasileños, se destacan los distribuidos por servicios de «streaming» (como Netflix, Amazon Prime Video, etc.).

En lo que respecta específicamente al uso de las redes sociales, el más reciente, de abril de 2022 (informe elaborado por We Are Social y Hootsuite²), indica que los brasileños pasan, en promedio, tres horas y 47 minutos por día conectados a estas plataformas. Las cuatro plataformas más utilizadas en Brasil, en orden, son: 1) WhatsApp, 2) YouTube, 3) Instagram, 4) Facebook y 5) TikTok. Los usos de estas redes son diversos y se relacionan no solo con información general, sino también con temas educativos y de capacitación. Dado que se ha intensificado el uso se destaca la presencia de perfiles institucionales como una necesidad y más que como una opción (como no ocurrió, por ejemplo, en los años 90).

Las universidades públicas, como importantes instituciones de educación superior en Brasil, aún están en proceso de desarrollar pautas generales para la comunicación institucional a través de estas redes sociales. Como las estrategias tradicionalmente relacionadas con la Comunicación Organizacional (Marchiori, 2018) ya no son suficientes y eficientes para un público que nació en el contexto de las redes virtuales.

Dado que la difusión de información calificada –principalmente por parte de las instituciones públicas de educación superior– es un compromiso social, este tipo de investigación es necesaria. En el caso brasileño, es importante destacar que existen regulaciones específicas para sitios institucionales (gov.br), pero aún no existen lineamientos / reglamentos establecidos para uso de las redes sociales por parte de las universidades públicas.

Partiendo del supuesto de que el acceso a la información cualificada representa uno de los pilares fundamentales para construir sociedades democráticas (Martins, 2011) y enfocando la difusión de información en sitios web de instituciones educativas públicas, en esta investigación, aún en la fase inicial, nos guiamos por la siguiente pregunta orientadora: ¿Cómo el Programa de Posgrado en Tecnologías, Comunicación y Educación de la Facultad de Educación de la Universidad Federal de Uberlândia (PPGCE/FACED/UFU), podría orientar sus usos de las redes sociales, teniendo en cuenta su público?

2. Metodología

En el camino investigativo, la investigación se va a estructurar en fases que privilegian las características específicas de los ambientes virtuales. Es importante explicitar que el diseño de la metodología –lo que se considera ser la parte novedosa de esta investigación– se hizo apropiada mediante el objetivo general propuesto, o sea, la producción de una Guía para la utilización de redes sociales en el ámbito del PPGCE.

Dada la complejidad del tema, esta investigación privilegia la metodología mixta como opción de derivación al procesamiento de datos (tanto cualitativos como cuantitativos). Las fases –que no son aisladas sino complementarias– previstas para la investigación son, respectivamente: 1) levantamiento del referencial teórico (de naturaleza cualitativa) (Prodanov & Freitas, 2013) que incluye materiales previamente publicados, tanto nacionales como internacionales (Dantas & Deccache-Maia, 2020; Lima, 2011, Huber et al., 2019; Koivumäki et al., 2020), 2) entrevista en profundidad con la Directora de Comunicación (DIRCO³) de la Universidad Federal de Uberlândia (UFU) para conocer en profundidad las demandas y los desafíos de la difusión de información en redes sociales, 3) Encuestas con estudiantes del Programa de posgrado (de naturaleza cuantitativa) con el objetivo de conocer cómo hicieron (y hacen) búsquedas por informaciones sobre el PPGCE en las redes sociales; 4) Análisis de las redes sociales de la UFU y levantamiento de programas de la universidad que ya gestionan perfiles institucionales y, finalmente, 5) desarrollo de una propuesta de guía para la gestión de redes sociales para el PPGCE basada en los datos analizados. Las fases y sus naturalezas están explicitadas en la Figura 1, que sigue a la continuación.



3. Resultados

En este momento la investigación se encuentra en su etapa inicial de levantamiento de referenciales teóricos, específicamente lo que se refiere a los documentos normativos existentes y que impactan en la producción futura del Guía.

La Constitución de la República Federativa de Brasil (CRFB) (1988), la Ley de Acceso a la Información brasileña (LAI) (Ley n. 12.527, 2011) y la meta 10.2 contenida en los Objetivos

de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015) son documentos que orientan la investigación, con la convergencia de reflexiones sobre un mismo aspecto: el acceso a la información pública.

La fracción XIV del artículo 5 de la CRFB (BRASIL, 1988) indica que, en nuestro país, se asegura el derecho a informar y a ser informado, con libre acceso a datos públicos y privados de relevancia popular; por lo tanto, además de la información en los sitios web de las PPG, es imperativo mejorar las estrategias alternativas de comunicación, como las redes sociales, para superar la mera difusión de contenidos que, a pesar de estar respaldados por las redes digitales, pueden presentarse como unidireccionales, algo característico de la comunicación masiva.

La LAI (2011) refuerza esta discusión al garantizar la facilidad, rapidez y estructuración de la información pública, como pretendemos hacer a través de los perfiles de las redes sociales del PPGCE. Cabe mencionar que, en el año de promulgación de la referida ley, Brasil se convirtió en una de las últimas naciones en sumarse al movimiento encaminado a la transparencia, siendo el 91º país del mundo y el 13º de América Latina en brindar estructuras concretas con este objetivo principal (Anjos, 2020).

Para posicionarse como estrategias comunicativas, las redes sociales deben estar diseñadas para abordar la desigualdad de oportunidades y fomentar mecanismos de transparencia. Por otro lado, gran parte de la investigación científica muestra cierta preocupación por las divulgaciones que se realizan en Internet (Paula, 2015; Sousa et al., 2016; Figueira, 2015). Esto hace que sea fundamental fortalecer los medios de comunicación oficiales de los PPGs, con el fin de minimizar los impactos de las desigualdades en el acceso y cualificar la difusión de informaciones.

4. Discusión y conclusiones

Como estrategias comunicativas, las redes sociales deben estar diseñadas para abordar la desigualdad de oportunidades y fomentar mecanismos de transparencia. Gran parte de la investigación científica muestra preocupación por las divulgaciones realizadas a través de Internet, especialmente con relación a las noticias falsas (Dantas & Decacche-Maia, 2020). Además, no se trata solo de garantizar el acceso, sino de crear condiciones para el desarrollo de competencias mediáticas que permitan al ciudadano reconocer informaciones diversas y problematizarlas (Souza et al., 2022; Martins, 2011).

De hecho, los impactos de las desigualdades en el acceso a la información y la comunicación son ampliamente conocidos por varios organismos internacionales. El Informe MacBride (también conocido como «un mundo y muchas voces»), lanzado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) en 1980, indicó que el fortalecimiento de las democracias en el mundo estaba relacionado con el libre flujo de información. El mismo documento también destacaba la concentración discursiva en torno de las mismas fuentes informativas, alertando sobre la necesidad de promover medios alternativos (MacBride, 1983).

De esta manera, el levantamiento preliminar que proponemos busca apoyar la siguiente

etapa de la investigación y planificar estrategias de comunicación institucional en el ámbito del PPGCE de la UFU, con énfasis en las redes sociales como Instagram y Facebook, de acuerdo con las características de estas plataformas (Lawrence, 2022). El diferencial de nuestra propuesta reside en que, en su alcance, la divulgación de la información no se sitúa solo como un compromiso institucional público, sino, sobre todo, como un derecho humano (Gilardi et al., 2022).

Notas

¹ Sitio web oficial: <http://www.ppgce.faced.ufu.br/> Acceso: 10/06/22.

² Información disponible: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-april-global-statshot-report-apr-2022-v01> Acceso: 10/06/22.

³ Sitio web oficial: <https://comunica.ufu.br/conheca-a-dirco> Acceso: 10/06/22.

Referencias

- Anjos, L.M. (2020). *Compras governamentais dos municípios do estado de São Paulo: Panorama das modalidades de contratações de 2008 a 2018*. [Master Dissertation, Universidade de São Paulo]. <https://bit.ly/3sQCTwF>
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (Ed.) (1988). *Brasília: Senado Federal*.
- Dagnino, F., Dimitriadis, Y., Pozzi, F., Rubia-Avi, B., & Asensio-Pérez, J. (2020). The role of supporting technologies in a mixed methods research design. [El rol de las tecnologías de apoyo en un diseño de investigación de métodos mixtos]. *Comunicar*, 65, 53-63. <https://doi.org/10.3916/C65-2020-05>
- Dantas, L.F.S., & Deccache-Maia, E. (2020). Divulgação científica no combate às fake news em tempos de Covid-19. *Research, Society and Development*, 9(7), 1-18. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.4776>
- Figueira, J. (2015). O Facebook como estratégia de superação da escassez de meios na comunicação institucional: o caso da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. *Organicom*, 12(22), 161-175. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2015.139275>
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social media and political agenda setting. *Political Communication*, 39(1), 39-60. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Huber, B., Barnidge, M., Zuñiga, H.G., & Liu, J. (2019). Fostering public trust in science: The role of social media. *Public Understanding of Science* 28(7), 759-777. <https://doi.org/10.1177/0963662519869097>
- Kantar Ibope (Ed.) (2020). *Inside TV: experiência, influência e as novas dimensões do vídeo*. Kantar Ibope. <https://bit.ly/36dUL8s>
- Koivumäki, K., Koivumäki, T., & Karvonen, E. (2020). On social media science seems to be more human: Exploring researchers as digital science communicators. *Media and Communication*, 8(2), 425. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2812>
- Lawrence, D. (2022). *Digital writing: A guide to writing for social media and the web*. Broadview Press.
- Lima, M.Y. (2011). Coautoria na produção científica do PPGGeo/UFRGS: Uma análise de redes sociais. *Ciência da Informação*, 40(1), 38-51. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652011000100003>
- MacBride, S. (1983). *Um mundo e muitas vozes: Comunicação e informação na nossa época*. Fundação Getúlio Vargas.
- Marchiori, M. (2018). *Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização*. Difusão Editora.
- Martins, P.L. (2011). Acesso à informação: Um direito fundamental e instrumental. *Acervo*, 24(1), 233-244. <https://bit.ly/3bb7agk>
- Organización de las Naciones Unidas (Ed.) (2015). *Informe 2015 sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. ONU. <https://bit.ly/3l26Xd7>
- Paula, J.C. (2015). *Informação nas redes sociais: O Facebook como recurso estratégico para a comunicação*

-
- institucional do Conservatório UFMG*. <https://bit.ly/3PCZHza>
- Prodanov, C.C., & Freitas, E.C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale.
- Ramírez-Montoya, M., & Lugo-Ocando, J. (2020). Systematic review of mixed methods in the framework of educational innovation. [Revisión sistemática de métodos mixtos en el marco de la innovación educativa]. *Comunicar*, 65, 9-20. <https://doi.org/10.3916/C65-2020-01>
- Sousa, S.T.D., Ribeiro, R.C., Soares, L.P., & Lucas, M.C.D.L. (2016). *Uso de rede sociais na comunicação institucional da PROGRAD/UFC*. <https://bit.ly/3csxeqS>
- Souza, E.V., Moreira, L.L., & Mota, J.V.M. (2022). As redes sociais aliadas à extensão universitária e sua contribuição na qualificação educacional. *Expressa Extensão*, 27(1), 47-62. <https://bit.ly/3IV54kw>

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D-i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva