

# **Netiqueta para el fortalecimiento de la comunicación en las redes sociales: caso UNED Costa Rica**

## **Autores:**

Mag. Ana Victoria Campos Quesada [acampos@uned.ac.cr](mailto:acampos@uned.ac.cr)

Mag. Renzo Kcuno Aimituma [rkcuno@uned.ac.cr](mailto:rkcuno@uned.ac.cr)

## **Resumen**

Con base en la necesidad de conocer y evaluar el uso de la Netiqueta en el ámbito institucional, específicamente en la Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica (UNED), se lleva a cabo el trabajo de investigación Netiqueta para el fortalecimiento de la comunicación en las redes sociales: caso UNED Costa Rica.

Para ello, se realizó un estudio que sienta sus bases en el análisis de las buenas maneras en las redes sociales. Como instrumento se utilizó un cuestionario en línea, el cual fue aplicado del 8 al 25 de mayo de 2017 al personal que administra dichas plataformas virtuales en todas las regiones del país, a fin de conocer sus experiencias, situaciones y necesidades; insumos importantes para mejorar la Netiqueta.

Se realizó un sondeo por parte de las personas autoras de los perfiles de Facebook con nombres de dependencias de la UNED y se les contactó a través de correo electrónico, WhatsApp, Messenger y vía telefónica, a fin de conocer también la persona encargada de la administración del perfil.

Se escogió trabajar mediante el enfoque metodológico descriptivo-cualitativo. En el área descriptiva, se busca mostrar las características de la Netiqueta en diferentes redes sociales; en la parte cualitativa, se quiere conocer la opinión, experiencia y conocimiento acerca de las redes sociales y Netiqueta de los funcionarios encuestados.

Por otra parte, la investigación también busca brindar herramientas pertinentes que mejoren la comunicación institucional en las redes sociales, con la intención

de generar espacios fluidos de diálogo interactivo entre el emisor y receptor, utilizando canales y códigos que apliquen a la buena conducta y que esta a su vez sea efectiva en el buen uso de redes sociales a través de la Netiqueta.

### **Palabras claves**

Comunicación, netiqueta, redes sociales, plataformas tecnológicas, etiqueta net

### **Abstract**

This research was done in order to gain knowledge about and to evaluate the use of Netiquette within the institution, namely in the State University of Distance Education [Universidad Estatal a Distancia (UNED)]. In order to do so, a study was carried out based in the analysis of good manners in social networks. An online questionnaire was used as an analysis tool, which was administered to virtual platform administrators nation-wide, from the 8th to the 25th days of the month of May, 2017. The goal was to know their experiences, situations and needs, all important inputs to improve Netiquette. The authors of the Facebook profiles with names of offices of the UNED made the survey. They were contacted via email, WhatsApp, Messenger and by telephone, to also get to know the person in charge of administrating the profile.

The qualitative descriptive methodological approach was chosen. Regarding the descriptive area, we intend to show the characteristics of Netiquette in different social networks. In the qualitative area, we intend to know the opinions, experiences and knowledge about the social networks and Netiquette of the officials who have been surveyed. On the other hand, the research also seeks to provide relevant tools that improve institutional communication in social networks, intending to generate fluid spaces of interactive dialogue between sender and receiver, using channels and codes that apply good conduct while being effective in the good use of social networks through Netiquette.

### **Keywords**

Communication, netiquette, social networks, technology platforms, Internet Etiquette

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

El planteamiento de la investigación está basado en el análisis de que la implementación de buenas maneras al tratar con otras personas, el uso y comportamiento adecuado para cada red social, según sus características, puede fortalecer la comunicación en las redes sociales utilizadas en la UNED con sus diferentes públicos.

El estudio se plantea a partir del siguiente cuestionamiento: ¿de qué forma el conocimiento y la aplicación de la netiqueta puede fortalecer la comunicación en las redes sociales en la UNED?

Como objetivo general de la ponencia se estableció: fortalecer la comunicación en redes sociales utilizadas en la UNED como estrategia de promoción del sentido de pertinencia e interacción constante con los públicos que se relaciona la Universidad.

Por las características propias de la educación a distancia, el uso de herramientas tecnológicas como apoyo de los procesos académicos es indispensable y las redes sociales también aportan nuevas formas de aprendizaje basadas en la interacción y cooperación entre los estudiantes y profesores.

Asimismo, las redes sociales acortan la distancia entre el estudiantado y la Universidad generada naturalmente por el sistema de educación, permitiéndole al estudiante expresarse, sentirse escuchado y tener una comunicación directa con diferentes grupos relacionados a su desarrollo educativo.

En la UNED no existe una directriz institucional que obligue o impida a las dependencias a utilizar las redes sociales como herramienta de aprendizaje o medio de comunicación, no obstante, debido al acelerado aumento de usuarios y tendencias, gran cantidad de instancias de la Universidad han creado sus cuentas en las redes sociales más populares. A raíz de esto, un equipo conformado por el Programa de Gobierno Digital y la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación de la UNED y el área de mantenimiento de la Oficina de Servicios Generales, elaboraron un documento con Normas de Netiqueta para uso de redes sociales en la Universidad Estatal a Distancia.

Se encontraron más de 60 perfiles o cuentas en diversas redes sociales, creadas por Centros Universitarios, otras dependencias académicas y administrativas de la UNED, según sondeo realizado por las personas autoras, no obstante, no se puede dar una cantidad exacta porque no están registrados en alguna instancia de la Universidad. Asimismo, es importante considerar que, en su mayoría, estas cuentas son administradas por personas de puestos administrativos y profesionales que no necesariamente cuentan con conocimientos en *Community manager*, comunicación o netiqueta y que esta función es un recargo de sus labores asignadas, por lo que sería importante que cuenten con asesoría y capacitación en este campo.

El estudio se realizó del 8 al 25 de mayo del 2017, se utilizó un cuestionario en línea, que fue enviado a través de correo electrónico, WhatsApp y Messenger a 60 dependencias (35 Centros Universitarios y 25 unidades académicas y administrativas) que tienen perfiles en la red social Facebook, por ser la más utilizada, de las cuales respondieron 43 personas. Previamente, se hizo un sondeo, por parte de las personas autoras, en Facebook y vía telefónica para conocer a los administradores de los perfiles. Asimismo, se le solicitó a la Dirección de Centros Universitarios el listado de sedes con usuarios en redes sociales.

## **Justificación**

Con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y de la web 2.0, se ha transformado sustancialmente el modo de comunicarnos. Ahora se hace de forma más inmediata, dada la diversidad de herramientas que permiten el contacto directo y una comunicación bidireccional con personas, empresas e instituciones.

La globalización de la tecnología brinda la oportunidad de conectividad a las personas, y la posibilidad de interacción a través de las redes sociales y otros medios, que facilitan el acceso y la difusión de la información, pero a su vez, han provocado que gran cantidad de personas pasen una mayor parte del tiempo en Internet, trasladando gran parte de la vida social y laboral a la web.

Las redes sociales permiten a los usuarios estar en contacto con diferentes grupos sociales, académicos y laborales. Lo que genera que las personas desarrollen un sentido de pertenencia a pesar de las distancias. Asimismo, son utilizadas por profesores y estudiantes como recursos académicos o bien para los negocios, compra y venta de servicios, productos y hasta para crear redes de *Networking*.

Estas ofrecen un acceso más rápido a la información local y mundial, por ejemplo, las noticias se conocen en el momento que suceden inclusive, pero también a través de ellas, se difunden otras informaciones como comentarios, testimonios, rumores y hasta quejas por descontento en servicios, que se pueden volver virales rápidamente e influir en la opinión o percepción de otros usuarios que pueden afectar a una empresa o institución.

En Costa Rica el uso de redes sociales aumenta considerablemente “el 78% de los ticos usan redes sociales, según señala un estudio del Instituto para la Integración de América Latina (Intal) y de esta forma es el segundo país latinoamericano que más utiliza plataformas digitales” Solano, J. (2016, diciembre 30). 78% de los ticos usan redes sociales según estudio regional. crhoy.com. Recuperado de <https://www.crhoy.com/tecnologia/78-de-los-ticos-usan-redes-sociales-segun-estudio-regional/>

Por lo anterior, la forma de comunicarse en cada una de las redes sociales se hace esencial para el logro de los objetivos que se tiene para utilizar cada una de ellas, pero a su vez, se hace importante la forma de interactuar entre usuarios para que la interrelación social, académica o laboral sea exitosa.

En la educación a distancia la virtualidad y la utilización de diferentes medios es indispensable como apoyo a la docencia y para el logro de los objetivos de aprendizaje, las redes sociales también son parte de esas herramientas que generan espacios de intercambio y cooperación entre profesores y estudiantes, para generar recursos y materiales educativos.

Es notable el incremento en el uso de las redes sociales de estudiantes y de diferentes dependencias de la UNED, que ha permitido un contacto directo, que

por las características de la modalidad a distancia no se tenía, asimismo, además de poder interactuar con otros públicos de la Universidad.

Por ello son también un medio de comunicación práctico para divulgar el quehacer de la Universidad y los diversos proyectos en la docencia, investigación y extensión, de actividades culturales, deportivas, sociales y rendición de cuentas a la sociedad.

En Internet conviven muchos usuarios y las personas tienen la necesidad de socializar e interactuar con otras, los medios digitales se lo permiten y de una forma más rápida y ágil por lo que la Netiqueta como conjunto de normas que regulan el comportamiento de los usuarios, se vuelve necesaria para promover la comunicación asertiva y el desarrollo de relaciones interpersonales y corporativas favorables.

Dado que las personas pasan gran cantidad de tiempo en Internet, la práctica de las buenas maneras en los entornos virtuales trae consigo varios beneficios:

- permite una mejor convivencia entre los usuarios,
- promueve el respeto y la ética,
- optimiza el tiempo porque facilita la participación de las personas en los diferentes grupos de redes sociales,
- controla y evita las controversias y malentendidos.

Cuando una institución define y oficializa los principios de Netiqueta para la interacción de los usuarios en las diferentes redes sociales que utilizan, facilita el desarrollo de las líneas de comunicación organizacionales. En el sondeo realizado por los autores se identificaron más de 60 perfiles de la red social Facebook, administrados todos por diferentes personas, que no necesariamente tienen formación en comunicación, la aplicación de normas de Netiqueta permitirá el establecimiento y estandarización de líneas de comunicación en los diferentes perfiles institucionales.

Con esta investigación se quiere demostrar la necesidad de fortalecer la comunicación en las redes sociales utilizadas en la UNED a través de la enseñanza y aplicación de normas de conducta para una mejor interacción entre los usuarios.

Esta ponencia se enmarca en el eje denominado Proyección de la Universidad y su impacto en la sociedad, propuesto para el XVII Congreso Internacional de Innovación y Tecnología en Educación a Distancia, el cual contempla el tema de las universidades como espacios abiertos para la creación, la cooperación y la transformación, dado que las redes sociales son espacios de libre expresión que permiten el intercambio de conocimientos, experiencias, cooperación entre el estudiantado y otros grupos de iniciativas de transformación de la educación y la sociedad pero que requieren entender el uso y tipo de interacción para cada red social que garantice resultados exitosos.

## **Fundamentación Teórica**

Para conocer el término de Netiqueta y los trabajos que se han realizado en torno a este tema, se revisaron varios textos y artículos, con el fin de brindar un contexto general acerca de esta norma de conducta de comunicación virtual.

Para algunos autores, la Netiqueta es la adaptación de las reglas de etiqueta tradicionales hacia el espacio virtual. Así lo indica Virginia Shea (2011), autora del libro NETiquette, publicado por la editorial Albion Books. En el capítulo I *Introducción a las Normas de comportamiento*, Shea menciona que la palabra “etiqueta” significa “los formularios requeridos por la buena educación o prescritas por la autoridad para ser necesarios en la vida social u oficial” (p. 1).

Así entonces, se destacan textos como *La presencia e impacto de las universidades de los países andinos en las redes sociales digitales*, escrito por F. Campos Freire (2011), profesor de periodismo acreditado por la Universidad de Santiago de Compostela (España).

Las redes digitales forman parte de la esencia de los colegios visibles e invisibles porque son un medio de comunicación y un sistema de articulación de relaciones e interacciones entre científicos. La conceptualización, teorización y contextualización de las redes sociales requiere remontarse a los orígenes de la

organización estructural de la sociedad, a través de la sociología, antropología, psicología social, historia y otras ciencias experimentales, tradicionales o nuevas, tales como las matemáticas, la física, la informática, la comunicación y la neurología (Campos Freire, 2011, p. 574).

De igual manera, F. Campos Freire, afirma que el estudio, investigación y análisis de las redes, sean presenciales o virtuales, requiere de la interdisciplinariedad científica para comprender la dimensión y amplitud de las relaciones sociales y de comunicación que se establecen a través de ellas.

En otro documento, *Metodología para la enseñanza de la netiqueta, en el área de informática en grado 10 en la institución educativa Alfonso López Pumarejo del Municipio de la Virginia Risaralda* (2014), trabajo realizado por Keila Faisury Bustamante Ruiz y Yeidy Lorena Ledesma Restrepo de la Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia, se señala que los avances tecnológicos son recursos en constante cambio que cada día toman más fuerza, y que responden a las lógicas en las que se desenvuelve la sociedad contemporánea... “En ese sentido, las instituciones también están suscritas a las dinámicas sociales tecnológicas” (p. 15).

En el trabajo elaborado por Juan Manuel Fernández Cárdenas, José Antonio Yáñez Figueroa y Edgar Kyamill Muñoz Villarreal, *Prácticas morales y normas de netiqueta en las interacciones virtuales de los estudiantes de educación secundaria* (2015), menciona que la Netiqueta es la necesidad de establecer normas de cortesía en línea, y que esta existe desde que las comunicaciones virtuales y los envíos de correos electrónicos son parte de la vida cotidiana, y el proceso educativo que incorpora las TIC no es la excepción (p. 60).

Es importante mencionar, que en el caso de la UNED, la institución elaboró en el 2011 el documento: *Normas de Netiqueta para uso de redes sociales en la Universidad Estatal a Distancia*, este fue presentado en el 2014 y publicado en

abril del 2015. Dicho documento señala que es bastante común, que las reglas de etiqueta no sean tomadas en serio por parte de los usuarios; sin embargo, es importante que instituciones como la Universidad Estatal a Distancia (UNED) así como otras entidades, tanto públicas como privadas utilicen algún tipo de normativa. Este trabajo que viene realizando la UNED fue abordado en principio por la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación (OI-MERCOM) y el Programa de Gobierno Digital.

En otro trabajo, elaborado por Mora Vicarioli F. *Las redes sociales y su uso en la educación a distancia: el caso de la UNED de Costa Rica*, presentado en el EDUTECH (Asociación para el Desarrollo de la Tecnología Educativa y de las Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación), Costa Rica 2013, apunta el llamado de atención que hace la Cámara Costarricense-Norteamericana de Comercio (Amcham) respecto a las redes sociales. Ahí 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 (Mora Vicarioli, 2013, p. 5).

Según las recomendaciones que brinda Mora Vicarioli F., cuando el uso de las redes sociales esté mucho más generalizado en la institución y existan protocolos y normativa para su uso, esta debería tomar en cuenta 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.

Dado que este trabajo se centra en el tema de la Netiqueta, en función de conocer sus alcances en materia de comunicación institucional, se optó por realizar un enfoque basado en la “Teoría de la comunicación humana”, por considerarla pertinente para el trabajo de investigación que se expone en este documento.

La Teoría de la comunicación humana fue planteada y publicada en 1985 por Paul Watzlawick, un psicoterapeuta austriaco que formó parte de la Escuela Interaccional de Palo Alto. Él, junto a Janet Beavin Bavelas y Don D. Jackson, manifestaron que los problemas de comunicación entre las personas se deben a que no siempre se tiene el mismo punto de vista que el del interlocutor. La falta de cumplimiento de algunas reglas comunicativas provoca fallos en la comprensión recíproca y patrones de interacción patológicos.

Así lo señala Marta Rizo García, mediante su trabajo, *PENSAMIENTO SISTÉMICO Y COMUNICACIÓN. La Teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick como obra organizadora del pensamiento sobre la dimensión interpersonal de la comunicación*, publicado en RAZÓN Y PALABRA, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación en abril del 2011.

Esta teoría sustenta que la comunicación no es un hecho voluntario, sino que estamos obligados a comunicarnos. La comunicación se puede definir como un “conjunto de elementos en interacción en donde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos” (p. 2.).

En ese sentido, Rizo García señala, que la comunicación es un sistema abierto de interacciones, inscritas siempre en un contexto determinado y que como tal, la comunicación obedece a los siguientes: el principio de totalidad, que implica que un sistema no es una simple suma de elementos, sino que posee características propias, diferentes de los elementos que lo componen tomados por separado; el principio de causalidad circular, que mide el comportamiento de cada una de las partes, y estas a su vez, tienen participación e implicaciones mutuas, es decir, que para que exista el principio de causalidad debe haber acciones y retroacciones; y el principio de regulación, que afirma que no puede existir comunicación que no

obedezca a un cierto número mínimo de reglas, normas y convenciones. Estas reglas son las que, precisamente, permiten el equilibrio del sistema.

Por otra parte, la teoría propone tres premisas: la comunicación tiene como esencia la interacción y relación; todo acto realizado por los humanos posee un valor comunicativo, y, los trastornos psíquicos reflejan perturbación de la comunicación. Los denominados “Axiomas de la comunicación” ponen en evidencia las ideas anteriores. Según Watzlawick, Beavin y Jackson (1971).

Es imposible no comunicar, por lo que en un sistema dado, todo comportamiento de un miembro tiene un valor de mensaje para los demás; en segundo lugar, en toda comunicación cabe distinguir entre aspectos de contenido o semánticos, y aspectos relacionales entre emisores y receptores; como tercer elemento básico, los autores señalan que la definición de una interacción está siempre condicionada por la puntuación de las secuencias de comunicación entre los participantes; el cuarto axioma apunta a que la comunicación humana implica dos modalidades, la digital –lo que se dice- y la analógica –cómo se dice-; el quinto y último axioma establece que toda relación de comunicación es simétrica o complementaria, según se base en la igualdad o en la diferencia de los agentes que participan en ella, respectivamente (Rizo, 2011, p. 5).

Parafraseando a Rizo García respecto al análisis que realiza acerca de la teoría propuesta por Paul Watzlawick, cualquier conducta humana tiene una función comunicativa, incluso aunque esto se intente evitar, ya que la

comunicación no sólo es mediante las palabras, sino estas pueden ser también mediante expresiones faciales e incluso al guardar silencio.

Por otra parte, la autora destaca lo mencionado por Watzlawick, respecto al tema de la comunicación humana el cual se da en dos niveles: uno de contenido y otro de relación, refiriéndose a contenido como todo aquello que se transmite verbalmente, es decir, la parte explícita de los mensajes, mismo que se encuentra enlazado directamente a la comunicación no verbal, es decir, que es un aspecto de relación. Ella señala, que los aspectos relacionales de los mensajes modifican la interpretación que hace el receptor de su contenido, tal y como sucede con el tono de ironía.

Otro tema analizado por Rizo García fue la interacción, según la autora, la trayectoria de producción bibliográfica de Watzlawick y otros autores de la Escuela de Palo Alto tiene un eje conceptual central: la interacción.

En la mayoría de los casos las obras de estos autores están enfocadas al ámbito de las psicoterapias y de las terapias sistémicas, de ahí que la comunicación patológica y sus perturbaciones, objetivadas en casos de enfermedades como la esquizofrenia, tomen especial relevancia dentro de la producción de la Escuela de Palo Alto. Teoría de la comunicación humana es la suma de los trabajos realizados desde la Escuela de Palo Alto, ya que en ella se recogen no sólo aspectos teóricos generales acerca de la pragmática de la comunicación humana, sino que también se exponen análisis prácticos, de casos, que ilustran la teoría. Sobre los casos prácticos enmarcados en el ámbito de la psicoterapia son, precisamente, las últimas obras del autor, quien falleció el 31 de marzo de 2007 (Rizo, 2011, p. 7).

De igual manera, la autora se refirió a comunicación analógica y la comunicación digital; el primer concepto indica una transmisión cuantitativa de información, mientras que en el nivel digital el mensaje es cualitativo y binario. Cabe destacar que en ambas la comunicación puede ser simétrica y complementaria refiriéndose a la relación que existe entre dos interlocutores. Simétrica, cuando ambos tienen un poder equivalente en el intercambio (conocen la misma información). Complementaria, cuando los interlocutores tienen un poder informativo distinto; es decir, que uno de los interlocutores puede intentar neutralizar el intercambio, dominar la interacción o bien facilitar que la otra persona lo haga.

## **Metodología**

Esta investigación es de tipo descriptiva dado que muestra las características de la Netiqueta y cómo esta puede fortalecer la comunicación en las redes sociales. A través de un enfoque cualitativo ya que se basará únicamente en conocer la opinión, experiencia y conocimiento sobre redes sociales y netiqueta de los funcionarios encuestados.

Para la obtención de la información se utilizará el cuestionario, que se aplicará a funcionarios del sector administrativo y profesional de Centros Universitarios, programas y dependencias académicas y administrativas de la sede central UNED, que realizan la función de administración y actualización de los perfiles de Facebook, dado que es la red social más utilizada en la Universidad y en el país, como lo muestra el estudio RED506 del diario El Financiero. “A pesar del surgimiento de nuevas redes sociales, Facebook sigue teniendo un sólido 90% de usuarios activos diariamente en Costa Rica” Melgar, J. (2016, agosto 4). Uso de Internet y redes sociales en costa rica al 2016. ilifebeil.com. Recuperado de <http://ilifebelt.com/uso-internet-redes-sociales-costa-rica/2016/08/>

El instrumento se aplicará en línea a 60 dependencias, 35 Centros Universitarios y 25 unidades académicas y administrativas, se distribuirá a los

sujetos de la muestra vía correo electrónico, WhatsApp y Messenger del 8 al 25 de mayo del 2017.

También se entrevistará, vía correo electrónico, al encargado del Programa de Aprendizaje en Línea, para conocer si utilizan normas de netiqueta en el uso de la plataforma Moodle, utilizada para impartir asignaturas en línea. Y se consultará sobre el tema de capacitaciones realizadas, vía correo electrónico, a las dependencias encargadas de capacitación y en el tema de etiqueta y uso de herramientas digitales en la UNED: Programa de Gobierno Digital, Centro de Capacitación en Educación a Distancia (CECED), Unidad de Becas de la Oficina de Recursos Humanos Y la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación (OIMERCOM).

Se analizará el nivel de conocimiento de Netiqueta y la normativa institucional de las personas administradoras de redes sociales, para facilitar herramientas que les permitan comunicarse de una forma más efectiva con sus diferentes públicos, según las características de uso, cultura y objetivo de cada red social.

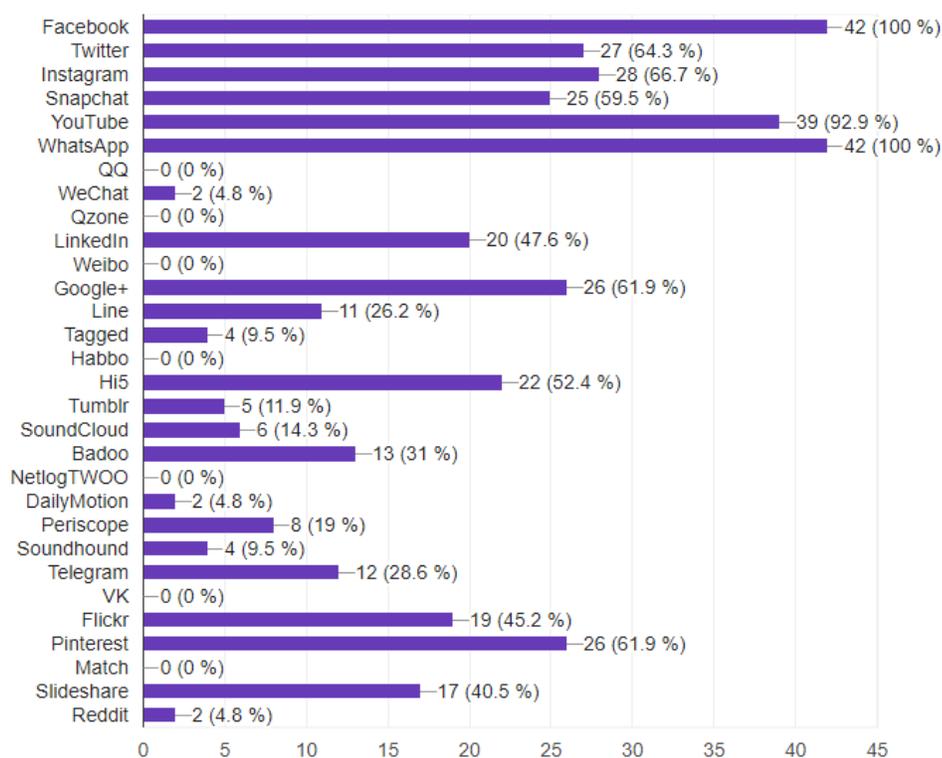
## Análisis de resultados

**Sugerencia: redondear los porcentajes de** 43,9% a 44%, 56,1% a 56%. Favor revisar

A continuación, se detallan los hallazgos de la investigación realizada, mediante aplicación de cuestionario a 43 personas administradoras de perfiles de Facebook institucionales de los Centros Universitarios y unidades académicas y administrativas de la UNED, acerca del uso de las redes sociales y el conocimiento de la Netiqueta.

### Cuadro 1

#### *Principales redes sociales conocidas*



*Fuente:* elaboración propia, según resultados de la encuesta aplicada

A las personas encuestadas se les presentó una lista de las 20 redes sociales más populares, con el fin de establecer cuáles son conocidas por ellas. De acuerdo con sus respuestas, Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram, Twitter, Google+, Pinterest y Snapchat, son las más conocidas, lo que implica que todos tienen algún grado de conocimiento sobre redes sociales existentes.

Asimismo, se les consultó acerca del uso de estas redes de forma personal y laboral. Estas consultas se reflejan en el cuadro 2.

## **Cuadro 2**

### *Uso de Redes sociales*

Red social	Uso personal	Uso laboral
Facebook	X	X
WhatsApp	X	X
Twitter	X	X
YouTube	X	X
Instagram	X	X
Snapchat	X	
LinkedIn	X	X
Google+	X	X
Messenger	X	X
Skype	X	X
Slideshare	X	
Pinterest	X	
Flickr	X	
Sound Cloud	X	X
Telegram	X	
Blogs	X	X

*Fuente:* elaboración propia según resultados de la encuesta aplicada

Por lo anterior, se puede considerar, que muchas de las personas utilizan las redes sociales para uso personal y laboral, que implica también que tienen o administran más de un perfil o cuenta en una misma red social.

Según un artículo publicado por Carolina Samsing (2015) en Hugspot del estudio realizado el Estado del Inbound Marketing en Latinoamérica, las redes sociales más utilizadas por los latinoamericanos son: Facebook, Twitter, YouTube, Google+ y LinkedIn.

También son utilizadas, pero en menor grado que otras regiones, Instagram, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Vine, Skype, WhatsApp, entre otras.

Para el caso de la UNED y según la información brindada en la encuesta se definen como las cinco principales: Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Twitter. Considerando también que, para fines laborales, por la aplicación del teletrabajo en la institución se utiliza el Skype y en el aspecto académico la plataforma Moodle utilizada en los cursos en línea.

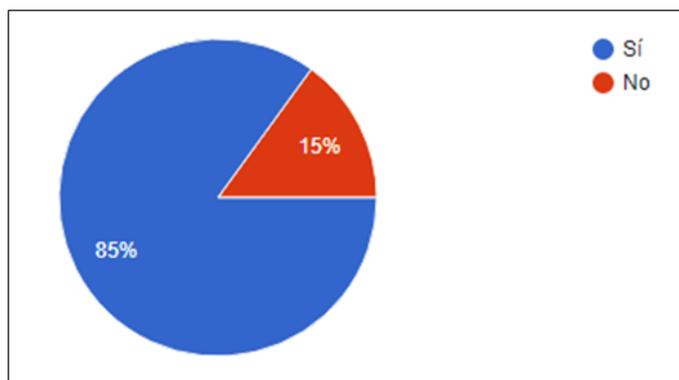


Gráfico 1: Conocimiento del término de Netiqueta y su importancia

Se consultó acerca de la necesidad de tener normas de conducta para el buen uso de las redes sociales, a su vez se preguntó si se conocía el término de Netiqueta, cuyos resultados para ambos la respuesta fue la misma, el 85% de las personas consultadas consideran necesaria una normativa y conocen este término, como se muestra en el gráfico 1.

Con base en las respuestas es posible observar que la mayoría de las personas pueden definir la Netiqueta y que conocen de qué se trata, entre las respuestas se puede destacar, buenas maneras en Internet, normas de comportamiento, de respeto, de uso adecuado de las redes sociales y de comunicación, forma adecuada de expresarse y pautas de interacción basadas en la cortesía.

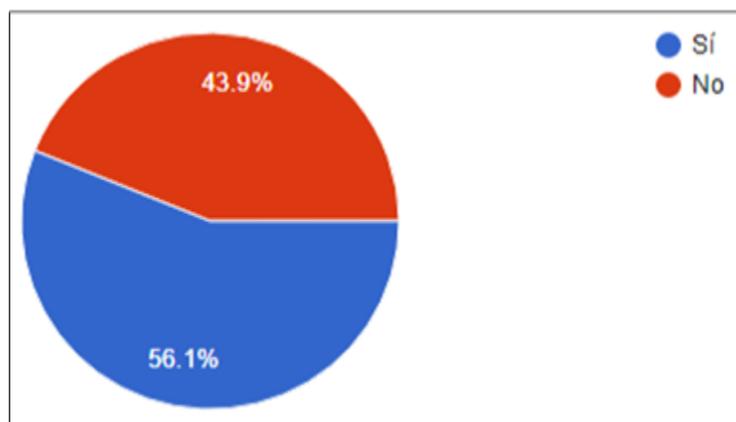


Gráfico 2: Conocimiento de la normativa institucional de Netiqueta

La UNED cuenta con un manual de Netiqueta para el uso de redes sociales relativamente nuevo porque está vigente desde el 2015, a pesar de que se divulgó a la Comunidad Universitaria en varias ocasiones por parte la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación, vía correo electrónico y que está publicado en el sitio web de la UNED, solo el 56.1% de los encuestados conoce su existencia, como muestra el gráfico 2; lo que quiere decir que el restante 44,9%, utiliza las redes con fines laborales pero desconoce las reglas de uso o recomendaciones estipuladas para su uso en la UNED.

Según los resultados de la encuesta, aplicar la netiqueta mejoró la comunicación en varios aspectos. El cuadro 3 muestra esos resultados.

### **Cuadro 3**

Aplicación de Netiqueta mejoró

<b>Beneficios</b>	<b>%</b>	<b># respuestas</b>
<b>Interacción con otros usuarios</b>	66.7	14
<b>Mensajes oportunos y asertivos</b>	71.4	15
<b>Imagen de la dependencia o institución</b>	76.2	16
<b>Retroalimentación</b>	42.9	9
<b>Conocimiento de la institución o dependencia</b>	42.9	9

*Fuente:* elaboración propia según resultados de la encuesta aplicada.

Los que han utilizado esta normativa reconocen que la aplicación de la Netiqueta trae beneficios para la imagen institucional y de las dependencias que usan las redes, porque se visualiza su quehacer, promueve una comunicación más asertiva con los diferentes públicos, mediante la aplicación de buenos modales, cordialidad, claridad y orden en los mensajes, lo que facilita la interacción con públicos con los que se tenía poco contacto antes del uso de redes, por la metodología de la UNED. Con estos datos se comprueba de qué

forma la Netiqueta puede fortalecer aspectos esenciales en la comunicación de la Universidad a través de redes sociales.

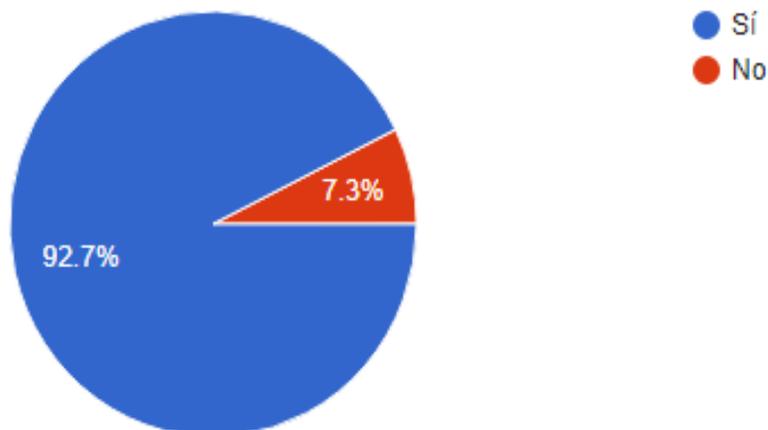


Gráfico 3: Netiqueta mejora la comunicación e interacción en las redes sociales

Del total de personas consultadas, el 92.7%, según gráfico 3, está consciente de que con la aplicación de la Netiqueta se fortalece la comunicación y la interacción con los usuarios, ellos brindaron diferentes opiniones, las cuales se resumen así:

- Fortalece y dinamiza la comunicación.
- Brinda seguridad para comunicarse.
- Contribuye a la imagen institucional, mediante el trato homogéneo a la audiencia.
- Contribuye al uso adecuado de las herramientas virtuales.
- Colabora en el ordenamiento de contenidos.
- Evita malentendidos entre usuario y administrador.
- Permite una comunicación fluida y clara, que mejora la comprensión.
- Promueve el respeto a la opinión o ideas de otras personas.
- Genera un espacio de consultas y de opinión para el estudiante.
- Mejora el vocabulario y promueve un lenguaje común.
- Comunicación directa con todos los públicos y una interacción constructiva.
- Promueve un ambiente agradable y agiliza la interacción entre las personas.

- Se ha convertido en otra herramienta de apoyo al estudiante.

No obstante, también señalan debilidades a la normativa con la que cuenta actualmente la UNED, tales como, falta de divulgación del Manual, el contenido incluye recomendaciones muy generales para el caso de Facebook, Twitter, correo electrónico, foros y blogs, le falta flexibilidad y es necesario que brinde aspectos más técnicos y específicos de cada plataforma social, además de incluir normativa para otras redes que se utilizan en el ámbito institucional como WhatsApp, YouTube, Instagram, Skype, Scopia y Moodle.

Las personas encuestadas también mencionaron la necesidad de capacitaciones y actualizaciones en el tema del uso de redes sociales y la netiqueta. Así como también insumos gráficos para las publicaciones con información institucional.

Al respecto del tema de capacitaciones, se le consultó vía correo electrónico con fecha del 1 de octubre del 2017, a las dependencias encargadas de capacitación, acerca del uso de herramientas digitales, etiqueta e imagen institucional, si han realizado procesos de capacitación en Netiqueta y uso de redes sociales. Las dependencias consultadas fueron el Programa de Gobierno Digital, el Centro de Capacitación en Educación a Distancia (CECED), la Unidad de Becas de la Oficina de Recursos Humanos y la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación (OI-MERCOM).

De acuerdo con la señora Lidieth Parra, en correo electrónico del 3 de octubre del 2017, indica que el Programa de Gobierno Digital realizó un proyecto de redes sociales del 11 de setiembre del 2014 y finalizó el 02 de setiembre del 2016, que consistió en un diagnóstico de perfiles con identificación UNED, para analizar si se trataban de usuarios administrados por dependencias de la UNED y orientar a las personas encargadas de la actualización de esos perfiles, esto se realizó a través del documento “Normas de Netiqueta para uso de Redes Sociales en la Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica” y el desarrollo de 8 talleres, con un total de 206 participantes entre los que se puede mencionar funcionarios de las cuatro Escuelas y de Centros Universitarios, que consistieron en explicar y orientar a los participantes en el tema del uso de las redes sociales.

A pesar de estos esfuerzos no todas las personas que administran perfiles de redes sociales conocen la normativa institucional como lo mostró este estudio. Las otras dependencias consultadas, indicaron que no han realizado procesos de capacitación específicos sobre Netiqueta y en el caso del CECED, según respuesta de la señora Xinia Cerdas, por correo electrónico del 3 de octubre del 2017, solo hacen mención de este tema a los profesores y estudiantes del Doctorado en Ciencias Naturales para el Desarrollo, que es en línea.

Para indagar sobre el uso de la Netiqueta en otras plataformas utilizadas en la UNED, se entrevistó a través de correo electrónico el 13 de julio del 2017, a la señora Carlene Hooper del Programa de Aprendizaje en Línea (PAL).

El Pal elaboró el documento “Directrices para el trabajo en la plataforma” con normas de Netiqueta para estudiantes y profesores de los cursos en línea. Este documento se encuentra en el sitio web del Pal y se les facilita a los profesores, para que ellos lo den a conocer con sus estudiantes y lo socialicen en el foro de la semana introductoria, para fomentar el buen trato y relaciones virtuales en los estudiantes en un marco de respeto y cordialidad.

## **Conclusiones**

- Las redes sociales son cada vez más utilizadas en diferentes ámbitos por lo que se hace necesario actividades de formación a la población unediana en general sobre el uso de la Netiqueta para crear una cultura acorde con la dinámica de cada una de las redes sociales y fortalecer los procesos de comunicación.
- Existen dependencias con muy buen manejo de sus plataformas sociales, principalmente el Facebook, que es la más utilizada en la UNED, dado que están administradas por personas con formación en comunicación y que comprenden la dinámica de la red utilizada.
- Los procesos de capacitación en el tema de netiqueta han sido escasos en la Universidad, ya que se realizaron por un corto tiempo y en el 2016, por lo que algunas de las personas que administran cuentas de redes sociales no

han tenido capacitación para esta tarea y aunado a esto, el tiempo del que disponen para realizarla es muy reducido porque deben atender otras tareas administrativas o profesionales de su puesto. Por lo que, al consultarles por mejoras, solicitan capacitación e insumos.

- La Universidad no cuenta con un *Community Manager* certificado, que esté destacado para administrar las redes sociales y asesorar en la aplicación de la Netiqueta a todas las personas que administran las diferentes cuentas institucionales y desarrollar un lenguaje común para ser utilizado en todas las redes sociales institucionales, y se ofrezca un mismo servicio de calidad en todas las redes sociales.
- El documento con la Normativa de Netiqueta de la UNED es una herramienta básica que brinda ayuda en el manejo de las redes sociales, sin embargo, debe ampliarse a todas las redes más utilizadas en la Universidad, ofrecer ejemplos específicos de situaciones a abordar, utilizar recursos gráficos y debe divulgarse más, ya que aún hay desconocimiento de su existencia y lo que abarca.
- La tendencia en las redes sociales es el uso de imágenes y principalmente videos, este último recurso se ha convertido en un elemento muy atractivo para los diferentes públicos, debido a los cambios y hábitos de las personas para informarse. Son muy pocos los administradores de cuentas en plataformas sociales en la UNED que cuentan con los recursos de personal y equipo para diseños gráficos y videos.

## **Recomendaciones**

- Fortalecer el uso de diferentes redes sociales en la UNED, mediante la creación de una directriz institucional, que incluya un protocolo oficial de procedimientos, manejo y estilo de comunicación.
- Construir una plataforma para el registro de perfiles o usuarios de redes sociales institucionales, donde se consigne tipo de red social, nombre, identidad gráfica, administrador de la red y su nivel de conocimiento en el uso de estas herramientas.

- Creación de un banco de insumos gráficos, información y plantillas, para publicaciones según los lineamientos de imagen corporativa, que los administradores de perfiles puedan modificar y utilizar en sus redes.
- Programa de capacitación y actualización permanente en Netiqueta, uso de redes, redacción y presentación de mensajes para redes sociales según su público, dinámica y objetivo.
- Crear un canal o grupo de comunicación donde se remitan los comunicados de interés institucional para ser divulgados en las diferentes cuentas o perfiles de instancias de la UNED como actividades académicas, culturales, deportivas, proyectos, calendario estudiantil, noticias, entre otros.
- Promover reuniones entre las diferentes personas que manejan redes sociales en la institución, a fin de elaborar una sola estrategia de comunicación y fomentar una cultura digital de apoyo.
- Ampliación y fortalecimiento de la normativa institucional que incluya las redes sociales más utilizadas en la UNED y elaborar una estrategia de divulgación para que se aplique en todas las dependencias de la Universidad.
- Instar a otros grupos de investigación a evaluar el comportamiento en redes sociales y el uso de la Netiqueta, desde el punto de vista de los estudiantes y otros públicos y sus necesidades de comunicación, entre otros temas.

## Referencias bibliográficas

- Bustamante, Keila; F. Ruiz y Y. Ledesma (2014). *Metodología para la enseñanza de la netiqueta, en el área de informática en grado 10 en la institución educativa Alfonso López Pumarejo del Municipio de la Virginia Risaralda*. Obtenido de [http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/4581/3713344678\\_B982.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/4581/3713344678_B982.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carolina, Samsing. (2015). *Las redes sociales y estrategias más utilizadas en Latinoamérica*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/las-redes-sociales-y-estrategias-mas-utilizadas-en-latinoamerica>
- Fernández Cárdenas, Juan; J. Yáñez y E. Muñoz (2015). *Prácticas morales y normas de netiqueta en las interacciones virtuales de los estudiantes de educación secundaria*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179443505005>
- Francisco, Mora. (2013). *Las redes sociales y su uso en la educación a distancia: el caso de la UNED de Costa Rica*. Obtenido de [http://www.uned.ac.cr/academica/edutec/memoria/ponencias/francisco\\_mora\\_23.pdf](http://www.uned.ac.cr/academica/edutec/memoria/ponencias/francisco_mora_23.pdf)
- Freire Campos, F. (2011). *La presencia e impacto de las universidades de los países andinos en las redes sociales digitales*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/819/81931771028/>
- Gobierno Digital, UNED. (2015). *Normas de Netiqueta para uso de redes sociales en la Universidad Estatal a Distancia*. Obtenido de <http://www.uned.ac.cr/dtic/images/documentos/NetiquetaUNED.pdf>
- Rizo García, Marta. (2011). *PENSAMIENTO SISTÉMICO Y COMUNICACIÓN. La Teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick como obra organizadora del pensamiento sobre la dimensión interpersonal de la comunicación*. Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico\\_75/29\\_Rizo\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/29_Rizo_M75.pdf)
- Shea, Virginia (editorial Albion Books 1990-2011) *NETiquette*. Obtenido de [www.albion.com/netiquette/book/](http://www.albion.com/netiquette/book/)

Solano, J. (30 de diciembre de 2016). *crhoy.com*. Obtenido de <https://www.crhoy.com/tecnologia/78-de-los-ticos-usan-redes-sociales-segun-estudio-regional/>