



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO

Facultad de Comunicación y Mercadotecnia

Maestría en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas

Procesos de comunicación mediados por las redes sociales
del plan de continuidad académica en tiempos de COVID-19:
El caso de la Universidad Autónoma de Guerrero
entre 2020-2021

T E S I S

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA Y RELACIONES PÚBLICAS**

PRESENTA: YOLITZMA CITLALLY CEDEÑO SOTO

DIRECTOR DE TESIS

M.A. ISRAEL ANTONIO SALAZAR SAAVEDRA

CO-DIRECTORES

DRA. ANABELA LATABAN CAMPOS

DR. CÉSAR AUGUSTO PÉREZ-GAMBOA

M.A. PAVEL ERNESTO ALARCÓN

Chilpancingo de los Bravo, diciembre 2021

Agradecimientos

Expreso mi agradecimiento a todas las personas que me motivaron y fueron partícipes en mí transitar académico y que han colaborado para llevar a cabo la presente investigación.

Agradezco al Mtro. Israel Saavedra Salazar por su colaboración en el desarrollo de mi trabajo de investigación, me motivó a seguir trabajando y esforzándome. Gracias por su apoyo y acompañarme, sobre todo por siempre brindarme un consejo y ser un gran tutor.

Al Dr. César Augusto Pérez-Gamboa, por su apoyo y confianza para desarrollar este proyecto, sus aportaciones fueron de suma importancia, he podido contar con su experiencia a lo largo de la investigación que me ha permitido seguir inspirándome y motivando; sin lugar a duda, el amor a la investigación ha sido gracias a él, siempre alentando hacer cada día mejor, gracias por transmitir cada conocimiento, me ha brindado la inspiración de seguir en el camino de la superación y de la investigación.

A la Dra. Anabela Lataban Campos, quien me ha apoyado en seguir trabajando y mejorando académicamente, sus consejos y aportaciones siempre han sido un impulso para ser cada día mejor.

A la Mtra. Leticia Pimentel, por su apoyo y colaboración en la realización de la investigación desde la perspectiva de la estadística.

A mi querida Universidad Autónoma de Guerrero, por darme las enseñanzas y herramientas para seguir impulsando mi vida profesional, por brindarme las experiencias y motivación; sin duda alguna, siempre me sentiré orgullosa de pertenecer a esta institución.

Al Posgrado en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas, por medio de cada experiencia vivida durante mi estancia aprendí a desarrollar mis habilidades, tanto en mi vida académica como personal, en donde la dedicación, el esfuerzo y la perseverancia te hacen obtener los mayores resultados.

Dedicatorias

Dedico esta investigación a mi familia, que siempre me han brindado su apoyo incondicional para seguir adelante con mis sueños, han confiado y contribuido para ser cada día mejor ser humano, siendo mi motivación para seguir adelante con mis objetivos, cada uno y cada una me ha enseñado el valor del trabajo constante y el amor de seguir siempre nuestros sueños, que la dedicación son el impulso para crear mejores oportunidades.

A mi mamá Mary Soto que con su alegría y motivación siempre me impulsa para culminar una meta más en mi vida profesional y personal.

A la abuelita Fray Sotelo gracias por cada enseñanza y consejo que me brindas para salir de cada obstáculo.

A mi hermana Laura Soto que siempre ha sido mi guía durante mi etapa profesional y el ejemplo para tener la tenacidad de luchar por mis objetivos, gracias.

A mis hermanos, gracias por la constancia y la dedicación que siempre tiene sus recompensas.

A quienes han formado parte de mi vida, siempre presente en cada desafío, gracias, hermanos por brindarme su apoyo y confianza en cada momento.

A mi tío José Antonio Soto Sotelo quien siempre me ha demostrado con sus consejos y sus experiencias a seguir adelante, siendo la educación un pilar fundamental para ser mejor.

A mis grandes amigos de trayectoria, mi amiga Zeyri Rodríguez y Fernando Arévalo que con su apoyo y motivación me acompañaron para seguir en esta travesía de la investigación.

Gracias a todos y todas que han estado en cada acierto y desacierto en mi vida, por su apoyo y amor siempre los llevo presente.

Agradecer a cada una de las personas que colaboraron, este logro es gracias a ustedes por siempre brindarme su compañía y apoyo, los quiero.

Yoli Soto

ÍNDICE

Agradecimientos.....	3
Dedicatorias.....	4
Resumen.....	9
Summary.....	11
Introducción.....	11
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.1 Antecedentes	18
1.1.1 La perspectiva de la revolución digital	18
1.1.2 El mundo cambia y las redes sociales en el marco de la pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2	21
1.1.3 La comunicación en tiempos de pandemia.....	24
1.1.4 La educación superior ante la pandemia generada por la Covid-19.....	25
1.1.5 UAGro: Antecedentes Históricos.....	26
1.1.6 Redes sociales institucionales de la Universidad Autónoma de Guerrero.....	29
1.2. Justificación.....	32
1.2.1 Caso de estudio: La UAGro y la continuidad académica	32
1.2.3 Estado del arte	34
1.3. Contextualización	36
1.3.1 Las redes sociales y confinamiento por la pandemia del SARS-CoV-2 en Guerrero	36
1.4. Objetivos	37
1.4.1 Objetivo General	37
1.4.2 Objetivos Específicos.....	37
1.5 Pregunta de investigación	37
CAPÍTULO II 41 MARCO TEÓRICO.....	41
2.1. La comunicación	41
2.1.1. Una visión a la comunicación	41
2.1.2. La perspectiva estratégica en las instituciones	44
2.1.3 Procesos de comunicación institucional	45
2.2 La importancia de las redes sociales	48
2.2.1 Las redes sociales.....	48
2.2.2. Uso de las redes sociales	50

2.2.3. Tipos de redes sociales	51
2.3. Aspectos Teóricos	52
2.3.1. La nueva teoría estratégica en comunicación.....	52
2.3.2. Modelo de comunicación estratégica.....	56
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	60
3.1. Enfoque metodológico	60
3.2 Premisas	62
3.3. Método	63
3.4. Categorías	64
3.5 Subcategorías	65
3.6 Técnicas de recolección de datos	66
3.7. Muestra	67
3.7.1. Sujetos y caracterización de la muestra.....	70
3.7.2 Relación entre categorías, subcategorías y técnicas	71
3.8. Procesamiento de datos	72
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	75
4.1 Resultados de la Investigación	75
4.1.1 Sujetos.....	76
4.1.2. Resultados de la categoría 1: Procesos de comunicación.....	77
4.1.3. Redes sociales	80
4.1.4. Continuidad Académica	83
4.1.5. Enseñanza y aprendizaje	86
4.2. Conclusiones generales	89
4.3. Recomendaciones	93
Referencias Bibliográficas	97
ANEXOS	103
Anexo 1	103
Anexo 2	104
Anexo 3	105
Anexo 4	106
Anexo 5	108
Anexo 6	109
Anexo 7	112
Anexo 8	115
Anexo 9	119

Anexo 10	123
Anexo 11	128
Anexos en línea sobre los resultados	130
Anexo 12	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Evolución de la WWW</i>	20
Tabla 2 <i>Imágenes y datos sobre cuentas oficiales de redes sociales de la UAGro.</i> ..	31
Tabla 3 <i>Herramientas digitales del plan de continuidad académica UAGro</i>	34
Tabla 4 <i>Etapas de la resistencia al cambio</i>	44
Tabla 5 <i>Caracterización de las redes sociales</i>	51
Tabla 6 <i>Categoría de análisis</i>	64
Tabla 7 <i>caracterización de las categorías y subcategorías</i>	65
Tabla 8 <i>Cantidad de docentes y estudiante</i>	69
Tabla 9 <i>Datos de Facebook</i>	70
Tabla 10 <i>Datos de Twitter</i>	70
Tabla 11 <i>Representación de la muestra</i>	71
Tabla 12 <i>Instrumento de estudio de la muestra aplicada</i>	71
Tabla 13 <i>Sujetos de la investigación</i>	76
Tabla 14 <i>Datos de publicaciones de Facebook</i>	79
Tabla 15 <i>Datos de publicaciones de Twitter</i>	82
Tabla 16 <i>Datos de transmisiones de Facebook</i>	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cantidad de estudiantes y docentes por la suspensión de clases en marzo 2020 en América Latina y el Caribe que no regresaron a sus escuelas.....	22
Figura 2 Crisis sanitaria y el papel de la TIC.....	25
Figura 3 Plano cartesiano de la historia de la UAGro.....	27
Figura 4 Cantidad de seguidores entre 2018-2021 del Facebook de la UAGro....	30
Figura 5 Procesos de comunicación.....	42
Figura 6 Relaciones entre emisor y receptor.....	46
Figura 7 Feedback en la relación emisor y receptor.....	46
Figura 8 Comunicación de abajo hacia arriba.....	47
Figura 9 Comunicación vertical de arriba hacia abajo.....	47
Figura 10 representación de comunicación horizontal.....	48
Figura 11 Estructura de la investigación	61
Figura 12 Elementos de estudio e instrumentos de investigación	62
Figura 13 Matrícula universitaria.....	68
Figura 14 Región donde provienen los docentes que respondieron a la encuesta..	76
Figura 15 Región donde provienen los estudiantes que respondieron a la encuesta.....	77
Figura 16 Redes sociales utilizadas por los docentes para la comunicación del plan de continuidad académica	78
Figura 17 Redes sociales utilizadas por los estudiantes para la comunicación del plan de continuidad académica.....	80
Figura 18 Apoyo institucional a docentes.....	83
Figura 19 Apoyo institucional a estudiantes.....	84
Figura 20 Herramientas digitales por los estudiantes.....	85
Figura 21 Aporte del instrumento al aprendizaje de los estudiantes.....	87
Figura 22 Fortalecimiento de los docentes para potencializar enseñanza en línea.....	89

Resumen

La presente investigación indaga los procesos de comunicación mediados por las redes sociales —Facebook y Twitter— del plan de continuidad académica “UAGro en Línea” en el contexto de la pandemia generada por el coronavirus SARS-CoV-2 en el periodo del 2020-2021. Este trabajo se centra en el análisis de la comunicación desde sus procesos comunicativos, con relevancia en el *Feedback*: a su vez se hace constancia en los instrumentos digitales que contribuyeron a los procesos de enseñanza y aprendizaje en línea/distancia. La metodología aplicada es de carácter cualitativo utilizándose herramientas metodológicas mixtas, utilizando entrevistas a profundidad a directivos, análisis de contenido de las cuentas oficiales y la aplicación de una encuesta a 73 docentes y 1 600 estudiantes de la Universidad Autónoma de Guerrero que llevaron procesos de aprendizaje en el período de marzo del 2020 a julio del 2021. El sustento teórico es la Nueva Teoría Estratégica (NTE) que da referencia a un modelo de comunicación estratégica desde la gestión.

Palabras Claves: SARS-CoV-2, procesos de comunicación, redes sociales, Nueva Teoría Estratégica, Plan de Continuidad Académica.

Summary

The following research investigates the communication processes mediated by social networks –Facebook and Twitter– of the academic continuity plan known as: "UAGro online." in the context of the pandemic generated by the SARS-CoV-2 coronavirus in the period 2020-2021. This work focuses on the analysis of communication from its communicative processes, with relevance in the feedback: at the same time, we record the digital instruments that contributed to the teaching and learning processes online / distance. The applied methodology is qualitative in nature, using mixed methodological tools, using in-depth interviews with directives, content analysis of official accounts and the application of a survey to 73 teachers and 1,600 students from the Autonomous University of Guerrero who carried out the learning processes in the period from March 2020 to July 2021. The theoretical basis is the New Strategic Theory (NTE, by its acronym in Spanish) that refers to a strategic communication model from the management.

Keywords: SARS-CoV-2, communication processes, social networks, New Strategic Theory, Academic Continuity Plan.

Introducción

La pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2 ha puesto en evidencia el carácter transformador de las instituciones educativas de nivel superior, donde la enseñanza y aprendizaje en modalidad virtual ha tenido gran relevancia, convocado a formar a docentes y estudiantes en nuevos entornos de aprendizaje en el marco de una continuidad académica para avanzar en procesos de educación virtual/distancia. Ante este contexto son muchas las interrogantes que se generan desde el ámbito de la comunicación, donde los procesos o flujos de comunicación de manera interna y externa son un desafío ante la pandemia. La relevancia de implementar una estrategia desde los procesos de comunicación contribuye a la organización en su mejora, desde el actuar del comunicador se hace presente el orientar, planificar y accionar ante un entorno cambiante, por eso el rol estratégico del comunicador es transversal en la mejora continua de las instituciones educativas, donde la comunicación estratégica desde la Nueva Teoría Estratégica (NTE) hace constancia en la transformación en un modelo de comunicativo que tiene como objetivo principal tener a la comunicación integrada en la institución, el saber gestionarla y conocer la importancia de ella.

La presente investigación está integrada por cuatro capítulos, en el primero se establece el planteamiento del problema donde se desarrollan elementos que brindan un panorama hacia el contexto social de Guerrero y la forma como enfrenta la crisis sanitaria de la COVID-19. Se justifica la investigación y la relevancia del caso de estudio que es la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro), y se aborda los planteamientos de la continuidad académica. En el segundo capítulo se presenta elementos teóricos con base en la comunicación estratégica y la importancia de las redes sociales desde sus tipos y uso. Se presentan los procesos de comunicación con relación a sus planteamientos en lo institucional. se hace relevante destacar a la Nueva Teoría Estratégica (NTE) en la comunicación y el modelo de comunicación estratégica, en el que se destaca el papel del comunicador y los siente cambios que propone esta nueva teoría.

En el tercer capítulo en cuanto que estudiábamos la importancia de los procesos comunicativos mediados por las redes sociales instituciones, la metodología de indagación corresponde a un enfoque cualitativo en el que se llevaron a cabo entrevistas a profundidad a cuatro directivos del rectorado de la Universidad Autónoma de Guerrero del período entre marzo de 2020 a julio de 2021, con la finalidad de conocer el plan de continuidad académica “UAGro en Línea”, desde sus características y elementos, la orientación a una comunicación bidireccional. También se realizó el análisis de contenido de marzo del 2020 a julio del 2021 en las redes sociales de Facebook y Twitter de la UAGro. Para el fortalecimiento de la investigación se llevaron aplicaron a 73 docentes y 1 600 estudiantes de educación superior encuestas con relación a los procesos de comunicación del plan de continuidad académica y la educación en línea/virtual. Los instrumentos fueron enviados de manera digital por medio de las cuentas de correo electrónico oficial desde la coordinación de tecnología de la información y comunicación (CTIC) de la UAGro, la respuesta de las encuestas fueron voluntarias y desde las siete regiones del estado de Guerrero.

En el cuarto capítulo se abordan resultados y conclusiones, donde se dan resultados con relación a las tres formas de análisis: los contenidos en las redes sociales, entrevistas a directivos y la aplicación de los instrumentos de encuesta a docentes y estudiantes desde las categorías y subcategorías que permiten el destacar elementos de los procesos de comunicación, redes sociales, continuidad académica y la enseñanza-aprendizaje, valorado estos resultados con la fundamentación teoría de la NTE.

CAPÍTULO I:



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se aborda la comunicación y algunos procesos de transformación en el contexto de la pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2. En particular, se estudia las incidencias en la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro). Se hace un reconocimiento de la importancia de los procesos de comunicación en las instituciones educativas, en donde los medios digitales son mediadores de la comunicación hacia el público interno y externo. Se presenta la identificación de las características del plan de continuidad académica desde la relevancia de su aplicación y las herramientas digitales que permitieron un proceso de educación en línea o a distancia en los semestres desarrollados entre 2020-2021.

1.1 Antecedentes

1.1.1 La perspectiva de la revolución digital

Las tecnologías digitales se han expandido en el ámbito del mercado laboral, la sociedad, educación, siendo invariablemente importantes, en las instituciones educativas involucran a las redes sociales como mecanismo de comunicación, convirtiéndose en un puente de conectividad y mediación que permite una efectividad entre sus públicos en el que hay constantes cambios y evolución en las tecnologías de la información y la comunicación, en el desarrollo de nuevas plataformas digitales, en el crecimiento de software y servicios en línea. Los adelantos tecnológicos de la revolución industrial abrieron un nuevo espectro en la captura y reproducción de imágenes, siendo uno de los aspectos cruciales para la transmisión del querer comunicar, donde los diversos adelantos revolucionarios surgieron inventos comunicativos durante el siglo XIX y XX como el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión e incluso el radar. Por medio de estas tecnologías fue posible una comunicación mucho más rápida en distancias alejadas (Barón, Duque, Mendoza, et al.2020).

En el siglo XX, el internet ha formado parte trascendental en las redes sociales siendo estas un fenómeno que ha conseguido grandes cambios en las

organizaciones, las cuales han surgido a partir del crecimiento de la Web generando la aparición de un escenario más amplio para la sociedad, donde la Revolución Digital trajo consigo cambios importantes en la comunicación, conexión de los computadores en redes cada vez más amplias, hasta llegar a la *World Wide Web* (WWW), quien permitió enviar mensajes multimediáticos en tiempo real mediante diversos dispositivos donde la comunicación ha tenido una evolución lineal y progresiva siendo el parte aguas en la creación de una herramienta indispensable para nuestra sociedad; las redes sociales. El inicio de la Web se crea después del internet de este modo se establece uno de los momentos más importantes de la historia de las telecomunicaciones y el comienzo de una era digital. (Máxima, 2020).

Con la llegada de la WWW se creó un fenómeno social. La Web 1.0 tuvo como principal objetivo que la sociedad consumiera contenido, la comunicación se tornaba de forma unidireccional, no existía una retroalimentación y se tenía acceso a la información sin la interacción de ella. En un avance el uso de la Web 2.0 contribuyo en las diversas interacciones de las redes sociales, proporcionando contenido, siendo más interactivas y visuales; Latorre, (2018) plantea que *“los medios de comunicación tradicionales, no supieron adaptarse a una nueva ola, la Web 2.0”*, en el que se fueron estableciendo herramientas digitales que permitieron el uso constante de las redes sociales. Sin embargo, algunos de los medios tradicionales a pesar de no adaptarse se siguieron utilizando. En las instituciones es preciso destacar que las redes sociales y medios de comunicación se han utilizado para hacer más eficiente las relaciones y el contacto de manera externa e interna; gracias a estas formas de interacción, se ha logrado reducir el riesgo de perder relaciones importantes en los diversos proyectos (Durango, 2014).

En el ámbito de la búsqueda de contenidos con palabras claves, la Web 3.0 estableció una web semántica, dando relevancia al uso de un lenguaje en la red y personalización de datos más eficientes, identificando significados de las palabras que van más allá de lo textual del contenido. Asimismo, la Web 4.0 se centra en el comportamiento desde el diseño y creación de plataformas, con un aporte destacado de la inteligencia artificial, siendo un aporte activo e interactivo.

Tabla 1*Evolución de la WWW*

Web	Descripción
1.0	Consumo de contenido, la información como centro principal.
2.0	El usuario gestiona el contenido.
3.0	Orientado al protagonismo de motores informáticos y procesadores de información.
4.0	Comportamiento más inteligente.

Fuente: Creación propia

El internet ha cambiado la forma de informar, comunicar y relacionarnos. Por otra parte, las redes sociales son relevantes en la interacción porque su uso abre infinidad de oportunidades desde la conexión, interacción, el contenido y la comunicación. Por ello, es importante reconocer el papel de los usuarios, siendo agentes de cambio en la realización de contenido generando una sociedad participativa y creando una apertura de intercambio; a su vez, la llegada de la vida “conectada” ha generado también una estructuración cultural, cambios de paradigmas, la forma de entender el mundo lo que es aceptado y rechazado Zuccherino, (2021). En el caso de la social media permite la interacción y socializar como comunidad, teniendo a bien compartir ideas y experiencias donde la participación juega un papel transcendental ya que si no existe una interacción no se pueden catalogar como un medio, siendo la participación que los convierte en medios sociales.

En la social media se caracteriza a las redes sociales, blogs, multimedia, buscadores; de este modo. Se tiene a las redes sociales como aquellas que permiten la creación de contenido, la interacción y una comunicación, desde la consideración de que cada persona es distinta Zunzarren & Gorospe, (2012) plantean: que el contenido es diverso donde cada red social se adapta a un público, manteniendo el proceso de ampliar la experiencia del usuario, siendo el social media un nuevo horizonte comunicativo donde las instituciones puedan interactuar con sus públicos más efectivamente en tiempo real (Ferreira & Pérez, 2017). Por lo tanto, en las instituciones existe un nuevo reto, este es el *feedback*. En las redes sociales se puede lograr esta retroalimentación mediante las diferentes conversaciones que

se generan, lo cual contribuye a que las instituciones obtengan diferente información de su público. Un uso importante de las redes es la realización de sondeos, esto a medida que el mensaje proyectado beneficie a las instituciones al reconocer que existe un poder comunicativo.

El poder comunicativo toma relevancia con el crecimiento de la red, el llegar a más usuarios en cualquier parte del mundo abre una posibilidad digital que orienta a encaminar estrategias que permiten transmitir mensajes y obtener un contacto continuo con la sociedad, por medio de una coordinación en la información que se da a conocer.

Es fundamental que la velocidad de la tecnología y el impacto de sus efectos reflejan la necesidad de las organizaciones y de sus líderes de tener grupos de expertos en comunicación y redes sociales, ya que son importantes vías para divulgar de manera directa y eficaz la información que la organización quiere dar a conocer dentro y fuera de ella, no sin antes tener en cuenta que no siempre se puede tener control sobre la información que se publique en la red así como la interacción de los seguidores que en muchas ocasiones puede no ser la planeada.

1.1.2 El mundo cambia y las redes sociales en el marco de la pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2

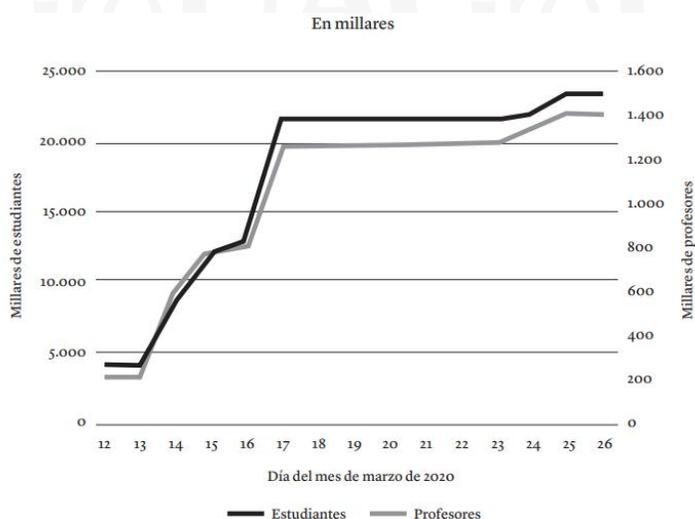
La aparición del SARS-CoV-2 en la ciudad de Wuhan, China en diciembre del 2019, generó un escenario de emergencia sanitaria de escala mundial, la Organización Mundial de la Salud (OMS) decreto “estado de pandemia” en marzo del 2020, siendo la COVID-19 el centro de una nueva vida cotidiana.

En México desde la Secretaría de Salud Federal se registró el primer caso de coronavirus en febrero del 2020, convocando al distanciamiento físico y aislamiento voluntario. Ante la propagación del virus SARS CoV-2 en el Estado de Guerrero en sus siete regiones: Acapulco, Centro, Norte, Tierra Caliente, Costa Chica, Costa Grande y Montaña se estableció la Jornada Nacional de Sana Distancia, donde se establecieron medida de prevención, suspensión de actividades y reprogramación de concentración masiva (Román, 2020).

La presencia de la pandemia generada por el coronavirus SARS-CoV-2 propicio grandes cambios individuales y colectivos en el actuar del día a día, obligando a un aislamiento social. En este contexto se realizaron acciones que darían paso al confinamiento con aislamiento físico y el cierre de escuelas donde 23.4 millones de estudiantes de educación superior y 1.4 millones de docentes en América Latina y el Caribe (Bas Vilizzio, 2021) no regresaron a las universidades, como se muestra en la (Figura 1), estas acciones generaron diferentes efectos y desafíos en los sistemas educativos del mundo.

Figura 1

Cantidad de estudiantes y docentes por la suspensión de clases en marzo 2020 en América Latina y el Caribe que no regresaron a sus escuelas



Fuente: (Bas Vilizzio, 2021).

La educación confrontó cambios ocasionados por el SARS-CoV-2 y se tuvo que realizar ajustes a las prácticas educativas (UNESCO, 2020). En particular, el cambio obligatorio de una educación presencial, que ya estaba en una crisis, a una educación a distancia, virtual o en línea fue muestra de un gran experimento educativo que se enfrentó a no tener una planeación y transformación adecuada. En este cambio de emergencia para la continuidad académica, surgió el papel protagónico de las plataformas digitales (Unidas, 2020).

Barrera-Rea & Guapi, (2018) consideran que las plataformas digitales han realizado cambios significativos en la enseñanza, entre ellos se encuentra lograr establecer lazos, mayor uso de las tecnologías de la información y comunicación

(TIC), la creación de las nuevas estrategias de enseñanza y aprendizaje; en tal sentido, los avances tecnológicos han puesto en marcha la conectividad donde las redes sociales han sido protagonistas en la comunicación de los públicos, ante ello la contingencia ha obligado a las instituciones educativas generar estrategias de comunicación, siendo las redes el medio de información directa y continua.

La suspensión de las clases presenciales y el confinamiento puso a la educación a enfrentar distintos desafíos que tuvieron que usar los avances de la modalidad de enseñar y aprender a distancia, la cual ha evolucionado en el último siglo donde ahora se incluyen los *Massive Open Online Course* (MOOC), las plataformas propias de las universidades y nuevos espacios de comunicación sincrónicos como el zoom o meet, se considera que la mediación de esta tecnología digital fortalece las habilidades de enseñanza en docentes y estudiantes que permitan el uso adecuado de las TIC, el soporte digital, la variedad de contenido y oportunidades de interacción que se han vuelto más frecuentes en los últimos años. (UNESCO, 2021). El mundo cambia y las redes sociales han evolucionado siendo una fuente de conectividad que permite el acceso a la escolaridad. Por lo tanto, las redes son un medio que ha permitido la comprensión y el seguimiento de la información en pandemia.

La pandemia ha atraído nuevos retos en diferentes escenarios fundamentalmente en la educación desde herramientas digitales, la forma de interactuar, el comunicar y las redes sociales se han vuelto el escenario idónea en ser un medio de información y comunicación; ante ello, en la educación se plasmas nuevas aplicaciones donde la plataforma de Zoom que ha apoyado en la parte sincrónica de una educación virtual, las redes sociales, *Meet*, *YouTube*, *Classroom*, y *Google* que han permitido intervenir procesos educativos, dando oportunidad a usar diferentes mediadores en la enseñanza y aprendizaje. En un panorama de mensajería e interacción se destaca *Facebook*, *WhatsApp*, *Messenger*, *Instagram* y *Twitter* como una fuente de comunicación digital, estas plataformas han permitido la enseñanza y seguimiento de diversos planes educativos (Ramonet, 2021).

1.1.3 La comunicación en tiempos de pandemia

La adaptación de la comunicación ante la pandemia del SARS-CoV-2 ha obtenido relevancia, considerándola como la base fundamental en cualquier práctica de enseñanza, desde la planificación del comportamiento del ¿cómo interactuar?, donde los espacios educativos permiten conseguir impactos cognitivos y sociales en los estudiantes, la gestión de la comunicación se hace presente desde las instituciones creando sus cuentas institucionales para una comunicación que permitía la información adecuada ante la pandemia, siendo este un canal oficial donde emitir el mensaje adecuado para su público y que en particular en esta investigación se encontró como la mejor opción de tecnología digital mediadora para la comunicación entre la directivas de la UAGro con los docentes y los estudiantes.

Abordando la pandemia generada por la enfermedad de la COVID-19 y el confinamiento como un fenómeno que desafía la capacidad de comunicarnos de manera precisa y efectiva, se hace relevante considerar los planteamientos de Costa & López, (2020) que afirman que la *“importancia de la comunicación como un factor determinan dentro de la gestión”*. Se tiene que cuando existe una falta de comunicación esta puede conducir a una pérdida de confianza en las instituciones; por ello, una adecuada gestión de la comunicación era relevante ante la emergencia sanitaria, donde su papel se convirtió en referencia principal de lo que se quería dar a conocer y las acciones que se plantearon para llevarse a cabo en diferentes momentos de la pandemia del SARS-CoV-2.

La importancia que tienen los medios digitales en la sociedad se debe a sus aportes a la comunicación; en particular, en el contexto de la pandemia se migro a procesos virtuales donde la facilidad de compartir la opinión entre la sociedad se convirtió en un panorama cotidiano, en el que se buscaba adaptaciones a los diversos modelos educativos, digitales y de entretenimiento. Los medios digitales lograron su adaptación en atender las diversas necesidades informativas. Es posible que la pandemia ocasionara que la comunicación en medios digitales dejara de ser unidireccional y lograra ser multidireccional en el que se intercambian mensajes de diversas maneras (Cardenas-Arichabala, 2021).

1.1.4 La educación superior ante la pandemia generada por la Covid-19

Para profundizar en la educación superior a distancia en las instituciones educativas en el contexto de la pandemia por la COVID-19 se destaca la adaptación que realizaron las escuelas, en sus modelos de enseñanza, donde la nueva forma del aprendizaje se relacionó a la implementación de estrategias teniendo como objetivo central a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), así también los instrumentos digitales que facilitaron la modalidad virtual, permitiendo el estudio individual y colectivo.

En esta reflexión el impacto de los medios digitales han sido tendencia al cambiar de lo presencial a lo virtual, cabe destacar que las TIC se han convertido en herramientas del ahora y podrían consolidarse en una enseñanza a largo plazo (Bertolotto Cepeda, Bohórquez-Peñaranda; et al, 2020).

En las universidades se buscó la continuidad académica que fortaleciera las competencias y aprendizajes de cada estudiante, que permita orientar e informar a cada universitario, uno de los elementos transcendentales es la planificación de los procesos educativos atendiendo el contenido, las estrategias y la disposición del material que orientara una adecuada clase; algunos elementos que se han brindado la educación a distancia/línea como se indican en la Figura 2.

Figura 2

Crisis sanitaria y el papel de la TIC



Fuente: Elaboración propia

Nota: Se consideran instrumentos digitales a las herramientas que inciden en la cognición (*Instrumento = Herramienta + Cognición*).

Con relación al aprendizaje desde el contexto de la pandemia se ajustó a procesos que daban respuesta a las diversas necesidades emergentes; siendo el contenido un mecanismo idóneo para la interacción donde los instrumentos digitales

y la conectividad que tomaron relevancia. Se inició un cambio basado en las nuevas tecnologías del aprendizaje y la comunicación, poniendo a las tecnologías como eje central de la enseñanza, Al respecto Vargas, Solano, Rogel et al, (2021) mencionan que:

“Las redes sociales constituyen una de las herramientas más importantes para la comunicación. Su efectividad, accesibilidad, costo y la posibilidad de facilitar conversaciones en tiempo real hacen que las mismas jueguen un papel fundamental no solo como medios de comunicación sino como instrumentos que influyen en la toma de decisiones”

En este contexto las instituciones tomaron decisiones ante una enseñanza-aprendizaje que sea continua, teniendo en perspectiva los instrumentos digitales como un mecanismo que contribuyo a unos nuevos modelos de enseñanza, apoyando a docentes y estudiantes en la continuidad académica. Esto permitió comprender la enseñanza presencial y virtual como una modalidad dual (Porlán, 2020).

1.1.5 UAGro: Antecedentes Históricos

En 1942 se funda el Colegio del Estado, acontecimiento que marca el antecedente histórico de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAG), es una institución pública que tiene como fundamental la calidad educativa, brindando una educación de calidad con inclusión social, reconociendo que la universidad es un símbolo de lucha social y autonomía.

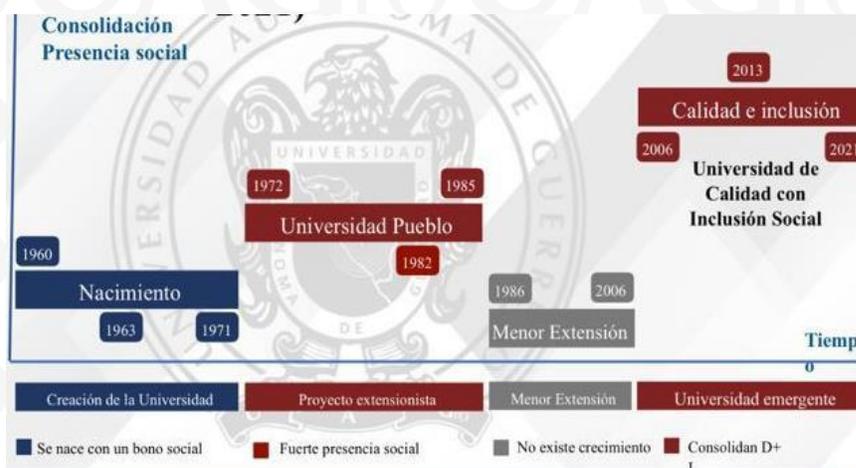
En 1943 se decreta el carácter universitario del colegio del Estado, dentro de este marco en 1950 se determina su enseñanza universitaria. En 1960 se marca uno de los acontecimientos más importantes, la lucha por la autonomía universitaria la cual inicia con la demanda de los estudiantes quienes pedían al Gobierno del Estado ser una universidad con contenido autónomo, mejores instalaciones, becas y el patrimonio de la institución (ver Figura 3).

El Gobierno se resistía en aceptar sus demandas; por la tanto, estalló una huelga universitaria, en la que se realizaron manifestaciones y protestas que dan inicio al movimiento estudiantil popular, donde estudiantes y el pueblo de Guerrero unieron fuerzas para luchar por obtener una identidad, libertad e igualdad educativa;

este hecho fue violento y político cuyo costo social fue la pérdida de 19 vidas; teniendo como prioridad la reestructuración del sistema educativo superior, permitiendo la posibilidad de la formación de profesionistas y técnicos que afrontaran problemáticas del Estado de Guerrero, fortaleciendo en la universidad carreras que tenían como objetivo el desarrollo económico, social y cultural de la entidad federativa.

Figura 3

Plano cartesiano de la historia de la UAGro



Fuente: Covarrubias Dante (2021)

En 1961 la universidad estaba dirigida por Ignacio Chávez, quien al inicio declaró su intención de limitar la demanda estudiantil, diciendo: *“si acaso la universidad no puede recibir a todos los aspirantes, que cuando menos reciba a los mejores”*, teniendo a bien expandir la universidad, comprando predios y ofertar mejores instalaciones.

En 1971 se ofreció un nuevo modelo de enseñanza ligada a la investigación llevando a cabo acciones a las necesidades internas y externas, proponiendo una formación integral. Durante 1972 el Dr. Rosalío Wences Reza fomentó un proyecto autodenominado “Universidad-Pueblo”, que se caracterizó por una política universitaria de puertas abiertas. En este período se crearon centros de investigación y se llevaron a cabo elecciones democráticas de las autoridades. En 1985 se creó por primera vez el congreso general universitario que dio como resultado el plan de desarrollo institucional.

En 2013 se establece el proyecto de calidad con inclusión social liderado por el Dr. Javier Saldaña Almazán donde el principal objetivo fue contribuir a la educación y el sentido de contribuir a las problemáticas sociales que aquejaban al Estado de Guerrero, con una visión de inclusión social, para lograr una igualdad de oportunidades. En el mismo año el H. Consejo Universitario aprobó con mayoría de votos el cambio de siglas de UAG a UAGro teniendo a bien brindarle a la institución una identidad, a partir de allí se crearon los colores institucionales, el slogan y la modificación de su imagen que permitiera obtener un objetivo claro como institución (UAGro, 2019).

La UAGro se ha consolidado como una institución de vanguardia, contando a nivel medio superior con 48 preparatorias y bachillerato del SUVUAGro, con 32 Unidades de Aprendizaje (UAp) que se imparten en períodos escolares bimestrales, teniendo una matrícula de 842 484 universitarios inscritos. En la Educación Superior se oferta 76 programas educativos de licenciaturas, en posgrados hay 6 doctorados, 27 maestrías y 5 especialidades; a su vez, se cuenta con 41 procesos administrativos certificados por la norma ISO: 9001:2015: “*American Trust Register*”.

A nivel regional la universidad ha llevado a cabo la implementación de seis campus regionales que son: Costa Grande en Tecpan; Costa Chica en Cruz Grande; Llano Largo en Acapulco; Zona Centro en Zumpango, Zona Norte Taxco y Montaña teniendo a bien la implementación del modelo de regionalización de la UAGro (Saldaña, 2020).

El segundo trimestre del 2020 significa un referente de cambio para la institución, esto ocasionado por la pandemia que se vive por el SARS CoV2; obligando a las instituciones educativas tomar acciones que permitieran una educación a distancia/línea, contribuyendo a mediación de la tecnología digital en la UAGro para la continuidad académica, se considera que a medida que sigue la pandemia las universidades se enfrentan a un escenario cambiante lleno de oportunidades y desafíos; es en este contexto que la universidad se unió al plan de digitalización Mypymes impulsado por la Organización de los Estados Americanos

(OEA). La UAGro contó diversas tecnologías y firmo un convenio de colaboración con *Google For Education* para seguir en la implementación de un plan académico que contribuyera a la educación a distancia/línea y facilitar los instrumentos digitales a la comunidad universitaria.

1.1.6 Redes sociales institucionales de la Universidad Autónoma de Guerrero

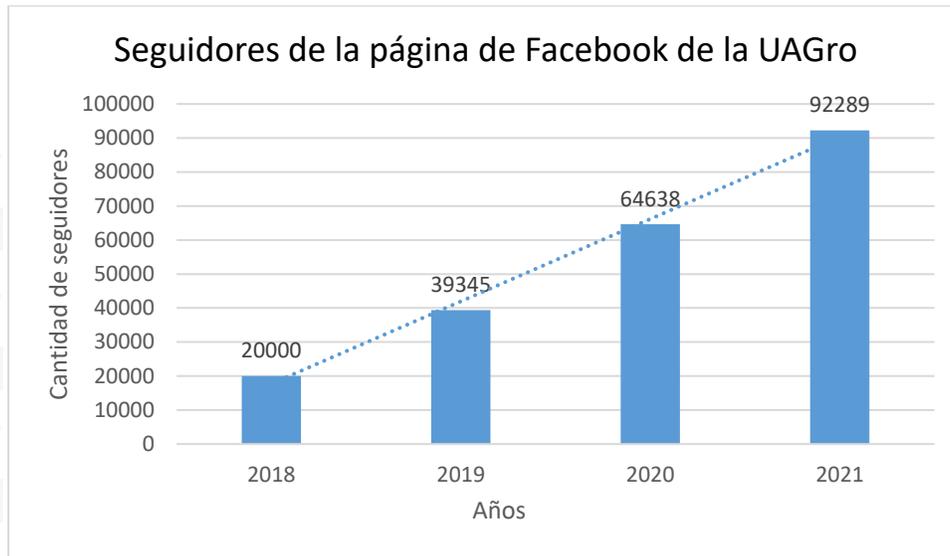
Las redes sociales son un medio de conexión que permite a los usuarios comunicarse mediante la interacción, la conversación y las diversas colaboraciones, que se adaptan al entorno digital y que facilitan los mensajes. La creatividad e innovación son elementos esenciales que predominan en las plataformas; por ello, la variedad de contenido que se crean orienta, moviliza y alcanza a un público extenso. La comunicación en las instituciones anteriormente estaba dirigida a dar a conocer la agenda de los líderes utilizando medios tradicionales donde la comunicación era unidireccional, teniendo como característica la formalidad. La llegada de la Web 2.0 dio oportunidad a una mejora de la comunicación bidireccional, respondiendo a la inmediatez, transparencia y eficacia.

Las redes sociales se han vuelto un medio necesario en la comunicación institucional, que contribuye a comunicar sus objetivos, políticas, acciones y los intangibles que han permeado a las instituciones, para mostrar las diferencias con relación a sus competidores y reconocida por sus públicos; la premura comunicativa ha considerado que las redes se conviertan en uno de sus mejores mediadores idóneo de una comunicación institucional desde la formalidad e informalidad que permite estrechar lazos con sus públicos (Bani, 2020).

En la UAGro la inserción de Facebook como medio de comunicación e información ante la pandemia por el COVID-19 ha llevado a un aumento de seguidores, en la Figura 4 se encuentra representado como durante el año 2020 y 2021 se ha tenido un incremento de seguidores en sus cuentas oficiales de la UAGro, en este sentido la relevancia de mantener un vínculo comunicativo con su comunidad universitaria fue crucial, donde se comunicaron de forma estratégica los contenidos y acciones del plan de continuidad académica permitiendo la creación de una comunicación adecuada en momentos de crisis (Bustos & Ruiz, 2020).

Figura 4

Cantidad de seguidores entre 2018 – 2021 del Facebook de la UAGro



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de Facebook

Las plataformas digitales y el auge que han tenido a lo largo del tiempo han contribuido a que las universidades implementen estrategias para la comunicación, como se muestra en la Tabla 2, la UAGro mantiene activa sus cuentas oficiales de Facebook y Twitter donde la identidad grafica en ellas es coherente. Con un número de seguidores distinto, por eso sus estrategias fueron orientadas específicamente a su público, donde el contenido fue planificado con relación a la pandemia y la continuidad académica.

En la UAGro existe una coordinación de identidad y relaciones, que depende directamente del Rector, en dicha coordinación existen distintos departamentos que se encargan de informar y difundir información para la comunidad universitaria, por ejemplo, el departamento de medios alternativos funge como aquel planificador y administrador de contenido en las plataformas institucionales de la universidad.

Tabla 2

Imágenes y datos sobre cuentas oficiales de redes sociales de la UAGro

Cuenta	Nombre	Imagen	Seguidores
Facebook	@UAGro.MX.Oficial		92 289
Twitter	@UAGro_MX		2 980

Fuente: Elaboración propia

Las redes sociales digitales han formado parte esencial en la comunicación interna y externa de la comunidad universitaria ante ello la Universidad Autónoma de Guerrero cuenta con las siguientes:

- En la UAGro la red social de **Facebook** cuenta con distintos perfiles de la universidad ante ello la primera cuenta aparece con el nombre de “Universidad Autónoma de Guerrero” registrada un 28 de octubre del 2009 con un total de 16 326 seguidores, tiene un logo que no es institucional y con publicaciones que no tienen interacción es decir es una cuenta inactiva, en segundo lugar existe otra cuenta activa desde el 24 de octubre del 2014 con 3 976 donde se mantiene ciertas publicaciones y por último se encuentra la cuenta institucional oficial de la UAGro la cual cuenta con la insignia azul donde Facebook confirmó su autenticidad, creada el 20 de septiembre de 2017 con el nombre de (UAGro Universidad Autónoma de Guerrero) con 92 289 seguidores (ver la Tabla 2). Facebook es utilizado principalmente para

mantenerse conectados con familiares, amigos y con su centro de trabajo, su principal misión es “Ofrecer a la gente el poder de construir comunidades y hacer que el mundo esté más unido”, (FACEBOOK, s.f.); Es decir estar conectados y construir experiencias a medida que las comparten en la plataforma.

- El **Twitter** de la Universidad Autónoma de Guerrero contribuye a tener mayor presencia con la interacción de los universitarios y el contenido está ligado a la cuenta de Facebook. Existen dos cuentas con logo institucional de la universidad. La primera con el nombre de UAGro Oficial que fue creada en abril del 2013 con un total de 5 715 seguidores, la segunda con el nombre de UAGro MX creada en febrero de 2017 con un total de 2 980 seguidores (ver Tabla 2) siendo la cuenta activa y oficial de la universidad teniendo publicaciones cada día.
- El **Instagram** es una plataforma que tiene mayor interacción a partir de lo visual, esta red social es vinculada a las demás cuentas institucionales adherentes a los Hashtag (#) de la UAGro así también el contenido que se comparte es generado por los mismos universitarios y rompe un poco lo institucional lo que genera mayor interés por el público y alcance. La cuenta creada por la universidad lleva el nombre de UAGro_mx con un total de 5 127 seguidores y 655 publicaciones realizadas, creada el 9 de mayo del 2016.

1.2. Justificación

1.2.1 Caso de estudio: La UAGro y la continuidad académica

En el marco de la pandemia generada por el SARS-CoV-2, como lo realizaron todas las instituciones educativas en el mundo y los gobiernos en México se orientó la relevancia de “buscar rutas viables y factibles para continuar con las actividades académicas una de estas alternativas fue la educación en línea (Saldaña, 2020). En medio de la crisis sanitaria, la UAGro tomó con referencia de la Secretaria de Educación Publica (SEP) su iniciativa “Aprende en Casa” y la propuesta para la educación superior de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) habria dado a conocer.

La UAGro implementa un plan de continuidad académica “UAGro en Línea” (Saldaña; 2020) estructurada por dos etapas:

- 1) Etapa 1. Asegurar a estudiantes y docentes continuar y concluir el semestre de febrero-julio 2020.
- 2) Etapa 2. El desarrollo del semestre agosto 2020-enero 2021.

Entre las diferentes acciones se encuentra el convenio de colaboración con *Google For Education* donde se puso a disposición la conectividad y entornos virtuales de aprendizaje con los instrumentos digitales de *G Suite For Education*. Con relación al plan de continuidad académica se estableció como objetivo:

- El desarrollo de estrategias y acciones, basadas en herramientas y aplicaciones digitales.
- Recuperación y la culminación del semestre.
- La capacitación emergente de docentes en las alternativas de enseñanza con base en su práctica docente.
- Capacitación a estudiantes en el uso de Recursos Educativos Abiertos (REA) institucionales.

Con la finalidad de orientar y seguir en la ruta de continuar la educación a pesar de la distancia, se capacitaron a 65 mil universitarios, entre ellos a 2 840 docentes; desde la coordinación de tecnología de la información y comunicación (CTIC) se crearon 10 mil correos institucionales, acciones que permitieron a los universitarios concluir el ciclo escolar febrero a julio 2020 y agosto a julio 2021 de los diversos programas educativos. Los instrumentos digitales y los contenidos orientados se presentan en la Tabla 3.

En particular, se establecieron capacitaciones en tiempo sincrónico sobre las herramientas gratuitas, estrategias didácticas y el diseño de ambientes virtuales de aprendizaje.

Tabla 3

Herramientas digitales del plan de continuidad académica UAGro en Línea

Etapa 1	
<i>Google Education</i>	Los docentes agilicen las tareas administrativas desafiando a los estudiantes a pensar de manera crítica.
<i>Google Classroom</i>	Impulsando la colaboración y permitiendo fomentar la comunicación.
<i>Google Drive</i>	Se estable como herramienta de almacenamiento de archivos.
<i>Ofimática De Google</i>	La ofimática nos permite trabajar en línea y de manera colaborativa.
<i>Formularios De Google</i>	Contribuye a la recopilación de información de forma rápida y fácil.
<i>YouTube</i>	Permite subir contenido académico y la interacción con la comunidad universitaria.
<i>Zoom</i>	Facilita el compartir mensajes y archivos con la comunidad, en tiempo real.

Fuente: Plan de continuidad académica "UAGro en Línea".

Etapa 2: Capacitación en el diseño de unidades de aprendizaje, implantando las siguientes temáticas:

- Estructura de un curso en línea.
- Búsqueda avanzada en internet.
- Computo de contenidos en la nube.
- Herramientas eficaces para la enseñanza en línea.

1.2.3 Estado del arte

Los estudios abordados son en primer lugar sobre las redes sociales y el aprendizaje, donde se abordan estudios como la educación y pandemia: una visión académica; Redes Sociales en las organizaciones; Jóvenes, Redes Sociales y Educación Superior: Entre la vida cotidiana y la vida escolar.

Con relación a la comunicación 2.0 y las universidades se retomaron algunas publicaciones sobre redes sociales y comunicación, entre ella se encuentran en los siguientes artículos:

Brito, J. G., Laaser, W., & Toloza, E. A. (2015). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo,

Reina Estévez, J., Fernández, I. y Noguera, A. (2012). El uso de las redes sociales en las universidades andaluzas: el caso de Facebook y Twitter.

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

Alonso García, S., & Alonso García, M. del M. (2014). Las redes sociales en las universidades españolas.

Islas Torres, Claudia y Carranza Alcántar, María del Rocío (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?

Prada-Núñez, R; Hernández-Suárez, C y Maldonado, E. (2020). Diagnóstico del potencial de las redes sociales como recurso didáctico en el proceso de enseñanza en época de aislamiento social.

Con relación a tesis de investigación se tiene como referente el trabajo de grado realizado por Julio Luis Luque Cano (2018) titulado Gestión de Redes Sociales por las Universidades de Élite. Análisis del uso de los perfiles institucionales de Harvard, MIT, Michigan, Stanford, Cambridge y Oxford: Facebook, Twitter e Instagram.

En diversas investigaciones se encontró que el aprendizaje a través de los medios digitales ante la pandemia del coronavirus del SAR-CoV-2 en la educación y el uso de las plataformas digitales con una visión en relación a la continuidad académica, en relación a los análisis realizados entre universidades y sus plataformas digitales, se encontró la gestión de contenidos, las estrategias específicas de comunicación y la comunicación organizacional institucional y el papel de la sociedad digital.

El análisis metodológico utilizado en diferentes investigaciones ha sido de forma cualitativa con objetivo fundamental de conocer y describir los diversos contenidos, como las estrategias que se han realizado en las universidades; con relación a lo cuantitativo se encuentra la interacción, los seguidores y la cantidad de

publicaciones que se han llevado a cabo, en relación a proponer estrategias como la comparación de las redes institucionales de las universidades.

Se encontró en términos generales que las redes sociales de las universidades suelen ser más informativas; ahora con el uso de las plataformas digitales son empleadas como herramientas que se han utilizado para mantener una comunicación directa a medida del contenido que se genere en las distintas plataformas digitales.

1.3. Contextualización

1.3.1 Las redes sociales y confinamiento por la pandemia del SARS-CoV-2 en Guerrero

El confinamiento ante la pandemia se declaró por parte de la Organización Mundial de la Salud el 11 de marzo del 2020 por la COVID- 19 (OMS, 2020). El aislamiento social y las medidas de sana distancia fueron acciones necesarias para mantener a la sociedad protegida del SARS-CoV-2. En el Estado de Guerrero, el primer caso se reportó en Acapulco el 15 de marzo de 2020, una persona informó haber tenido contacto con un infectado, el Gobierno del Estado de Guerrero (2020) declaró el inicio de la emergencia sanitaria el 30 de marzo de 2020 ante el alto nivel de contagios presentados.

En el desarrollo de la pandemia y el aislamiento en la UAGro se han actualizado a la comunidad universitaria ante el manejo de las plataformas digitales, siendo la modalidad virtual/distancia una modalidad que fortaleció la culminación del semestre, adaptándose y mejorando continuamente; por otro lado, la pandemia de la COVID-19 ha generado retos en el acceso a internet y en establecer una comunicación que sea efectiva, permanente y eficaz. La pandemia ha obligado en una nueva forma de adaptación en la comunicación: Las redes sociales se fortalecieron como una herramienta para continuar los estudios, desde los grupos de trabajo y la comunicación directa de información siendo Facebook una plataforma destacada y adaptada al contexto que se vive por la contingencia nacional.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Analizar los procesos de comunicación mediados por las redes sociales Facebook y Twitter del plan de continuidad académica “UAGro en Línea” orientado a los estudiantes y docentes de educación superior que se llevó a cabo en la Universidad Autónoma de Guerrero entre marzo de 2020 a julio de 2021 durante la pandemia de la COVID-19.

1.4.2 Objetivos Específicos:

OE1.- Describir las características y aplicaciones de las dos etapas del plan de continuidad académica “UAGro en Línea” de la Universidad Autónoma de Guerrero.

OE2.- Determinar los procesos de comunicación mediados por las redes sociales —Facebook y Twitter— en el marco de la pandemia de la COVID-19 entre marzo de 2020 a julio de 2021 realizados en la Universidad Autónoma de Guerrero.

OE3.- Identificar el papel de las redes sociales utilizadas por la Universidad Autónoma de Guerrero para comunicar las acciones y determinaciones del plan de continuidad académica “UAGro en Línea” establecido entre marzo de 2020 a julio de 2021.

1.5 Pregunta de investigación

¿Cuáles son las características de los procesos de comunicación mediados por las redes sociales —Facebook y Twitter— del plan de continuidad académica “UAGro en Línea” orientado a los estudiantes y docentes de nivel de educación superior de la Universidad Autónoma de Guerrero entre marzo de 2020 a julio 2021 en el marco de la pandemia de la COVID-19?

CAPÍTULO II:



**MARCO
TEÓRICO**

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

Se aborda el fundamento teórico de la investigación a partir de la conceptualización de la comunicación estratégica desde una visión institucional, haciendo énfasis en la resistencia al cambio donde se aborda el contexto actual de la COVID-19, se hace precisión en las redes sociales en su importancia, uso y tipos. Se toma en consideración para el análisis e interpretación del fenómeno de la comunicación en el marco de la pandemia por la COVID-19 con la Nueva Teoría Estratégica (NTE) y el modelo de comunicación estratégica que brinda un panorama sobre el actuar del comunicador estratégico.

2.1. La comunicación

2.1.1. Una visión a la comunicación

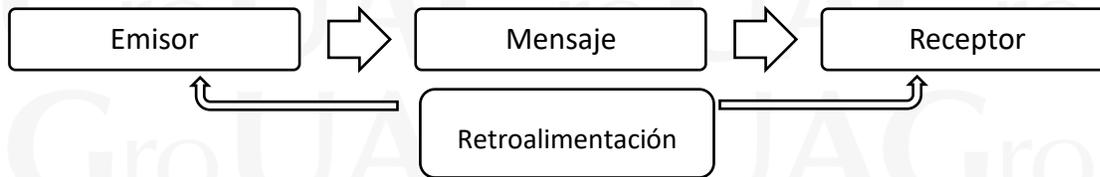
La necesidad de comunicarnos le ha permitido al ser humano su evolución, desde el origen del lenguaje que, mediante los signos, letras, palabras, expresiones; han puesto a la comunicación como un proceso social, el cual tiene importancia en la forma de interactuar con la sociedad, donde el mensaje, receptor y emisor se hacen presente. Nace de la importancia de reconocer que todo comunica, para Costa J.(1977) *“la comunicación es acción y la acción es comunicación”*. A su vez, (Collado, 2009) propone que

“la importancia de la comunicación, radica en convencer al receptor, ya sea por un medio oral, escrito o audiovisual” ante este planteamiento hace hincapié en que “es el único medio para conocer mundos nuevos o formas de pensar diferentes; comunicarnos permite crear lazos; es el puente de todo un mundo afectivo, lo cual es necesario para ser humanos integrales”.

Se define a la comunicación como aquel proceso por el cual nos comunicamos, donde se comparten mensajes y mediante a ellos se construyen significados como se presenta en la Figura 5.

Figura 5

Proceso de comunicación



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los elementos que se hacen presentes en el proceso de comunicación se destaca uno en particular que permite distinguir que la comunicación sea efectiva. Esta corresponde a la *retroalimentación*, la cual es aquella respuesta que da el receptor al emisor (ver Figura 5), con la finalidad de distinguir si se ha entendido el mensaje, de modo que el Emisor es aquella persona que emite el mensaje, por consiguiente, este llega al receptor quien recibe la información; es preciso, destacar que para que llegue el mensaje este necesita un canal; un medio, por el cual se emite o transmite la información.

Para comunicar se debe tener en cuenta los elementos que sustentan al proceso de comunicación, ya que estos permiten obtener una comunicación eficiente o deficiente, precisión que nos plantea que para comunicar se deberá tener presente interrogante como: ¿Qué?, ¿cómo?, ¿a quién?, ¿cuándo y ¿dónde comunicar?

Existen tipos de comunicación que permiten distinguir las diversas formas que tenemos de transmitir un mensaje desde el modo de comunicarnos. En particular se enfatiza a la comunicación institucional, que se considera *“la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno”* de acuerdo a (Tironi & Cavallo, 2011); al respecto Kouss, (2014) describe a la comunicación como aquella que debe estar presente en la institución promoviendo y coordinando a sus públicos creando un vínculo que contribuya a una armonización dentro y fuera de la institución, dicha comunicación es dividida en interna y externa.

Collado, (2009) define a la comunicación interna como aquellas actividades que se realizan por la institución para la creación de buenas relaciones entre los

miembros que la conforman, motivándolos para lograr el cumplimiento de sus objetivos, generando un vínculo y sintiéndose parte de la institución. Desde el punto de vista de Capriotti, (2009); *“son actos comunicativos realizados por cualquier empresa para establecer y gestionar las relaciones interpersonales entre sus trabajadores, a través del uso de diferentes herramientas de comunicación”*, se puede precisar que la comunicación interna permite que se trabaje de manera colectiva, teniendo a bien lograr un objetivo en común permitiendo que se aprovechen los talentos, recursos, actitudes de cada colaborador para alcanzar las metas. La comunicación interna es la esencia de la actividad organizada, siendo las acciones un elemento que comunica, mediante las prácticas se envía un mensaje a sus colaboradores, la selección de liderazgo, la forma en la que se buscan las actitudes y se potencializa a cada colaborador.

En la comunicación externa se hace hincapié en el entorno, este es uno de los elementos de mayor relevancia en la comunicación que se establece con el público externo; se entiende, como el conjunto de mensajes emitidos por la institución a sus públicos externos en los cuales son clientes, proveedores, accionistas y demás que tengan un vínculo externo con ella. En relación con los planteamientos anteriores López D. (2006) *“la comunicación externa surge de la necesidad de la misma organización de interrelacionarse con otros públicos externos, sin la cual su función productiva no podría desarrollarse”*.

Cada acción comunicativa está destinada hacia la parte externa de la organización, siendo como objetivo primordial crear o mantener un posicionamiento manteniendo un reconocimiento o una buena reputación, gestionar una buena comunicación externa requiere de estrategias de comunicación que reconozcan los atributos de la organización para generar un adecuado posicionamiento, ante ello el contexto y el análisis de su competencia que contribuirá a obtener un panorama más amplio.

2.1.2. La perspectiva estratégica en las instituciones

La comunicación organizacional, desde los planteamientos de Collado, (2009) es “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno” la cual contribuye a la organización para lograr sus objetivos como institución, donde el flujo del mensaje que se comunica de manera interna y externa de la organización son encaminadas a facilitar y agilizar los mensajes entre los mismos miembros.

Al respecto (Kresps, 1995) expresa que “es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella”; en ese sentido se hace hincapié en la estrecha relación entre la comunicación y la institución, teniendo a bien el comunicar a la organización como aquella red de eventos de comunicación (Forero & Gutiérrez, 2021).

Las estrategias logran sus objetivos mediante la negociación y construcción colectiva; en este sentido la comunicación se hace relevante donde el cambio es inherente. La necesidad de transformarse y adaptarse al entorno es determinante; además la flexibilidad al cambio constante es enfrentarse a decisiones estratégicas que permitan orientar a la organización en ser mejor.

Tabla 4
Etapas de la resistencia al cambio

Resistencia al Cambio	No conocer	Miedo a lo desconocido Falta de información o desinformación
	No poder	Poca Flexibilidad organizativa Aumento y disminución de las responsabilidades laborales
	No querer	Clima de baja confianza organizativa

Fuente: (Rebolledo, García, & Ortiz, 2020)

Uno de los grandes retos que enfrentan las instituciones es la resistencia al cambio (ver Tabla 4), el cual implica la adaptación y la transformación del diseño o

funcionamiento organizacional que permita la flexibilidad de adaptarse al entorno; para ello, es preciso ser capaces de identificar el momento en que como organizaciones necesitan un cambio, teniendo a bien que son parte del entorno y ante ello deben asimilar mejor y distinguir su ambiente externo, esto mediante a la modificación que se desarrolla tanto de manera interna como externa; cabe mencionar que el cambio se establece en la estructuración de la implementación de estrategias y modificaciones en sus procesos. Se realizan acciones que coadyuven en llevar a cabo modificaciones en sus procesos con sus empleados y ante las demás instituciones, un ejemplo de cambio ha sido la crisis sanitaria generada por el coronavirus SARS-CoV-2.

En los públicos internos se enfrentan a la transición de actitudes proactivas o inactivas que faciliten o retrasen las modificaciones. Desde el público externo se destaca que el entorno se compone por variables que interactúan y producen incertidumbre; por lo que como organización se deberá tener presente reducir la incertidumbre al cambio.

La gestión de la comunicación contribuye a una integración entre sus públicos; la creación de estrategias de comunicación en la organización lleva a una eficiencia y calidad de resultados; En las instituciones es importante buscar las estrategias de comunicación que faciliten mantener un flujo informativo adecuado. Esto es, una adecuada comunicación estratégica con sus públicos que permita obtener una uniformidad con sus objetivos para lograr alcanzarlos.

2.1.3 Procesos de comunicación institucional

Entre los miembros de la institución cambian experiencias mediante los diversos flujos de comunicación; todos utilizamos la comunicación para crear y difundir estrategias, planes de comunicación, orientar y dirigir al equipo de trabajo; cabe señalar que depende de cómo se establecen los diversos procesos de comunicación para determinar una adecuada comunicación interna y externa. Además, a medida que uno se comunica se producen flujos de comunicación; que mediante su estructura y función permiten que los mensajes lleguen de manera clara y precisa a sus públicos internos y externos como institución es preciso

conocer cómo se dan los procesos de comunicación, ya que estos permiten la adecuada gestión y dirección de ella; cada institución tiene distinta estructura, que en parte establece su flujo de comunicación, esto determina cómo se comunican entre sí. En este sentido los procesos de comunicación en las instituciones, significa que existen distintas direcciones, entre ellas se presentan las siguientes:

1. *La comunicación formal:* Se genera utilizando canales de comunicación oficiales por la institución, en ella se puede determinar en sus colaboradores el actuar y comportarse, ante ello al transmitir información se siguen los niveles de jerarquización (Ver Figura 6) dentro de la institución y comunicar de manera correcta basada en la división del trabajo.

Figura 6

Relación entre Emisor y Receptor

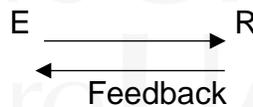


Fuente: Elaboración propia

2. *La comunicación informal:* Andrade, (2005) plantea que “es la que utiliza la red no oficial de relaciones interpersonales”. La información se intercambia de manera espontánea; es decir, no cuenta con un canal definido y surge de la espontaneidad por medio de redes informales donde los empleados tienen la oportunidad de comentar sus experiencias y existe una retroalimentación [Feedback] (ver Figura 7), siendo una forma más confiable para crear lazos entre los miembros de la institución.

Figura 7

Feedback en la relación Emisor y Receptor



Fuente: Elaboración propia

3. Con relación a la *comunicación ascendente* (Romo, 2008) plantea que “fluye desde los niveles más bajos de la organización hasta los más altos, incluye buzones de sugerencias, reuniones de grupo y procedimientos de presentación de quejas”, esto se manifiesta cuando los colaboradores que se

encuentran en los niveles más bajos de la estructura de la organización emiten un mensaje hacia los niveles más altos (ver Figura 8), mediante canales formales e informales, contribuyendo a que exista una administración en la retroalimentación, promoviendo la participación de los empleados e incrementando la aceptación de decisiones.

Figura 8

Comunicación de abajo hacia arriba

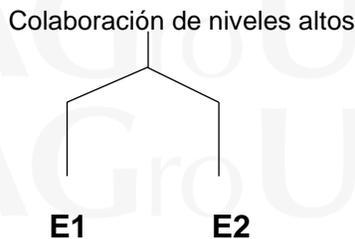


Fuente: Elaboración propia

4. La *comunicación descendente* es cuando los diversos colaboradores de la organización que se encuentran en los niveles más altos en la jerarquización de la institución comparten información siguiendo una línea de jerarquización donde se coordinan e integran los trabajos en la organización (ver Figura 9); es decir, la comunicación va del jefe al empleado.

Figura 9

Comunicación vertical de arriba hacia abajo



Fuente: Elaboración propia

5. La *comunicación horizontal* se establece entre miembros que se encuentran en la misma jerarquía dentro de la institución (ver Figura 10). Se puede definir que la forma de compartir la comunicación entre los mismos miembros de la organización siendo estos del mismo departamento, se llama comunicación horizontal, donde no existe una relación de autoridad y se involucran personas del mismo nivel jerárquico, se tiene como prioridad el intercambio

de ideas mediante la informalidad que contribuye a la coordinación de actividades, obteniendo una comunicación más rápida y la solución a diversas problemáticas (Navarro, 2020).

Figura 10

Representación de comunicación horizontal



Fuente: Elaboración propia /jefe de departamento (JD)

Los procesos de comunicación se caracterizan por apoyar las estrategias, actividades, acciones y decisiones ejecutadas por la institución, se tiene que los mensajes o información transmitida se entienda, teniendo a bien potencializar sus resultados; de esta manera, es fundamental destacar la importancia de la comunicación interna y externa planificando adecuadamente sus flujos desde estimular la colaboración en equipo y el desempeño, por consiguiente la gestión eficiente de su comunicación permitirá la mejora en la institución.

2.2 La importancia de las redes sociales

2.2.1 Las redes sociales

Las redes sociales según Flores, González, & Lobo, (2020) son: *“un espacio en el cual los individuos interactúan con otros mediante el uso del internet, permitiendo el intercambio de información a través de mensajes”* en donde los usuarios son protagonistas, al establecer vínculos entre personas y crean comunidades, donde intercambian información en el entorno digital, permitiendo a la comunidad estar conectada teniendo un mayor contacto con los demás.

El interactuar, crear contenido y mantener una comunicación activa desde una plataforma digital, permite estar conectados; es por ello, que se considera a una red social como aquella que está conformada por individuos, donde existe una interacción social teniendo como prioridad crear, compartir y colaborar entre los demás.

Con relación a la conceptualización de la red social Vidal & Hernández, (2013) consideran que una red social:

“es una estructura social formada por individuos que están vinculados por algún motivo; para la caracterización de las redes sociales se establecen dos conceptos fundamentales: los nodos, que caracteriza a los individuos en la red y los enlaces o aristas, que vinculan a los individuos, pudiendo existir muchos tipos de enlaces entre los nodos”

Por su parte, Castells, (2009) visualiza a la red social como el principal método de conexión entre individuos, el estar conectados por nodos y su centro contribuye al intercambio o flujo de información que en ellos se puede relacionarse. En las redes sociales uno de los elementos más relevantes es el contenido que se crea en ellas, siendo ese contenido el intercambio entre individuos un modo de conexión con la sociedad.

En particular, la transformación digital permite estar conectados en un mundo virtual donde se puede construir nuevas conexiones sociales; de este modo la audiencia que se genera es por el impacto de la comunicación que se establece entre los individuos. Es un desafío mantener un canal continuo que permita un nivel de interacción alto con los distintos seguidores que se tienen en la red social; es por ello, que las redes sociales deben tener presente a qué público se dirigen y como establecen sus vínculos, una adecuada gestión de ellas permite establecer un canal de comunicación pertinente. Tiene como principal papel la creación de contenido, es un aliado para la estrategia y planificación donde se permite orientar, informar y evaluar la aceptación, así también llegar al público estratégico para obtener mejores resultados como organización. En el caso de esta investigación el contenido de análisis en los procesos de comunicación que fueron mediados por el Facebook y Twitter son las acciones del plan de continuidad académica que generó la Universidad Autónoma de Guerrero.

Lo importante no es la cantidad de audiencia que se tiene como institución, sino la interacción que se establece con su comunidad, en este sentido se comprende que es fundamental la creación de estrategias que permitan el contacto con el público y que mediante a ello se establezca una comunicación bidireccional, dicho de otro modo, que exista una interacción permanente en las redes sociales que facilite el vínculo con la audiencia; procesos de comunicación que se lograron en el marco de la pandemia de la COVID-19 en la UAGro.

2.2.2. Uso de las redes sociales

Con relación al uso de las redes sociales, debe señalarse el aumento e interacción que emplean los usuarios en ellas, esto debido a que Facebook y Twitter son plataformas que crean una comunicación continua y accesible. Cuando existe mayor interacción en las redes sociales, se genera gran conectividad de información a su vez contribuye a la creación de comunidades y nuevas conexiones gracias al desarrollo tecnológico.

El alcance y la velocidad que nos ha permitido el internet mediante las redes sociales ha brindado diversos beneficios como la inmediatez, facilidad de acceso y la recolección de información y comunicación entre las personas; desde esa perspectiva *“las redes han posibilitado una ventana de oportunidad que quizá los medios tradicionales no han cumplido”* (Mora & Boczkowski, 2020). Se tiene que el uso de las redes sociales brinda a los usuarios apoyo y orientación para relacionarse con otros individuos; actualmente las redes son los medios de comunicación de relevancia, esto ya que han permitido la conectividad a distancia, donde la información y la interacción que se realiza es diversa. El internet ha originado que las redes sociales tengan impacto, en la conexión a distancia el estar conectado en cualquier lugar y obtener información de diversas partes del mundo. El uso de las redes sociales es una sociedad representada en un entorno creado de forma tecnológica que ha permitido el intercambio de información.

En la educación las redes sociales proporcionan el alcance a una enseñanza en línea, desde la interacción y creación de vínculos manteniendo una comunicación continua, es preciso destacar que las herramientas digitales aportan al aprendizaje, en ese modo los estudiantes se conectan en entornos de aprendizaje formales e informales, donde se aprovecha el uso de las redes como el medio de comunicación; de esta manera, las redes forman espacios que fomentan aprendizaje y desarrollan procesos entre la institución y su comunidad, a fin de contribuir en la formación educativa y personal, ante ello el uso se realiza como estrategia para la mejora de los procesos de aprendizaje. Las redes han de colaborar en la educación, debido a su inmediatez, interacción y fácil acceso (Catagua & Cevallos, 2019).

2.2.3. Tipos de redes sociales

Actualmente, existe una diversidad de redes sociales a lo largo del internet, cada una con un objetivo específico. El crecimiento de las redes ha impulsado la competitividad de contenido en las instituciones, proyectando sus acciones, objetivos siendo la prioridad la interacción o alcance con sus públicos, a su vez se deberá implementar estrategias en redes sociales que beneficien en la integración de los canales de comunicación y sus elementos, las organizaciones deben estructurar estrategias que permitan correlacionar su institución con su audiencia y tener preciso sus elementos intangibles aquellos que la hacen única y diferente de las demás, manteniendo un adecuado posicionamiento.

Las plataformas sociales amplían las vías de comunicación, donde el contacto entre individuos es esencial, por lo tanto, se hace hincapié en las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram que han tenido gran relevancia en la interacción con la audiencia.

Tabla 5

Caracterización de redes sociales

Facebook	Red de mayor crecimiento a nivel mundial, permite conectar e interactuar, creando vínculos virtuales, compartiendo información, contenido, noticias y experiencias.
Twitter	Red social, que permite enviar mensajes de manera corta y sencilla, teniendo a bien la comunicación bidireccional.
Instagram	Plataforma social, donde se comparten experiencias mediante contenido, estableciendo lazos e interactuando con fotografías e imágenes.

Fuente: Obtenido de (Graverán, Sánchez, & Vázquez, 2019).

- Facebook es una de las plataformas de comunicación indispensable e importante contando a nivel mundial con un total de 2 449 millones (Report, 2020), contribuyendo al encuentro de distintas personas, de este modo permite la difusión, esto a la diversidad de contenido y la forma práctica en la que se interactúa, el alcance que se tiene en cada cuenta es por la forma en la que se produce su contenido, brindando dos opciones; en primer lugar, el

alcance que se obtiene de manera gratuita definida como (orgánico) llegando a un determinado número de usuarios y por otra parte, el que genera una inversión económica, donde la publicidad aparece de manera concurrente, esto a fin de gestionar su presencia en redes (Rivas, 2019). Facebook es una red que se creó en febrero del 2004, durante un año de su creación tuvo gran alcance, expandiéndose y siendo actualmente una red social con gran comunidad.

- Durante los últimos años, las redes sociales han transformado los procesos de producción y distribución de la información, siendo Twitter una red que en tiempo real se comparte y descubre lo que está sucediendo, que permite influir en temas que se están hablando en todo el mundo, donde la comunicación es inmediata, entendiéndose como un canal para difundir información, para eso se debe tener presente que en dicha red social pueden establecer estrategias que faciliten la comunicación, donde las instituciones han visualizado la estrategia comunicativa como un medio de maximizar su capacidad de acercarse a su audiencia, así mismo deben apostar a los contenidos propios y a la interacción de forma simultánea y dinámica
- Instagram “se ha definido en los últimos años como una de las redes con mayor presencia en el ámbito digital” (Madrigal, 2015), dicha red social ha mantenido una presencia en el ámbito digital, el contenido es libre y se genera gran alcance de interacciones entre los seguidores, contando con dinamismo centrando su contenido en compartir fotos, manteniendo un estilo comunicativo.

2.3. Aspectos Teóricos

2.3.1. La nueva teoría estratégica en comunicación

La Nueva Teoría Estratégica (NTE) en comunicación hace énfasis en la complejidad y propone la estrategia, desde una visión racional. Las instituciones deben tener en cuenta dónde están y a dónde quieren llegar. La calidad, coherencia e integración de mensajes son elementos de gran relevancia para comprender la necesidad de

comunicarse; la acción comunicativa se ha convertido en un proceso de integración desde la perspectiva de los públicos internos y externos, en esta medida los procesos comunicativos adquieren una trascendental importancia, siendo protagonistas en todos los momentos (Herrera, 2021).

La NTE aborda dos aspectos que deben gestionarse como institución: la comunicación, tener presente que todo comunica y la estrategia en que las acciones están encaminadas a un objetivo, por eso la comunicación como la estrategia deberán ser integradas; en donde, la NTE como una perspectiva comunicacional (Pérez & Massoni, 2009), en particular los autores plantean que la comunicación estratégica rompe paradigmas, proponiéndonos siete cambios planteados por Pérez, R. A. (2014):

- 1) *En el paradigma central: de la fragmentación a la complejidad.*
- 2) *En el sujeto: del actor racional al hombre relacional.*
- 3) *En la organización: de unidad de producción a nódulo de innovación y de significación.*
- 4) *En el enfoque: de ciencia del conflicto de la articulación.*
- 5) *En la matriz de estudio: de la economía a la comunicación.*
- 6) *En el método: nuevas herramientas.*
- 7) *En la metodología: nuevos modelos.*

La gestión de la comunicación se orienta mediante la planificación teniendo a bien diseñar o crear significados, siendo la estrategia necesaria para la comunicación, ya que esta es definida como acciones que se planean y ejecutan por parte de la institución ante los problemas y oportunidades que se presenten. Ante ello, la NTE señala que deberá existir una comunicación basada en el paradigma de la complejidad, buscando mejores decisiones ante la incertidumbre “el nuevo entorno”, pensando en los conflictos y oportunidades que se puedan presentar.

La NTE replantea la visión y accionar del comunicador como aquel agente estratega. Al respecto Massoni, (2009) considera que:

- Debe estar abierto al cambio, buscando aumentar las capacidades de conexión en un mundo fluido.
- En situaciones de comunicación se deberá considerar el espacio sociocultural en que se desarrollan.
- Debe formar parte de las transformaciones a partir de la experiencia, favoreciendo los intercambios, vínculos y la afectación mutua.
- Trabaja desde la visión de que se forma parte del contexto, teniendo presente que el contexto no es el que nos rodea, sino el que nos hace.
- La investigación conoce que es estratégica, teniendo una mirada en torno a las problemáticas comunicacionales presentes.
- Tiene presente que la realidad social es cambiante y dinámica y la comunicación un vínculo.
- Sabe que la transformación está centrada en las acciones, siendo la comunicación un elemento fundamental para el cambio.

El comunicador estratégico debe de resolver, ante la complejidad e incertidumbre, desde las estrategias de comunicación; en el que debe resolver los desafíos del contexto que se presentan en las instituciones; por consiguiente, la comunicación se vuelve estratégica cuando se consideran las alternativas pertinentes en cada situación, desde la estrategia se logra un cambio social. Si no se gestiona adecuadamente la comunicación, esto se debe a la implementación de estrategias que no van acorde a las rutas de comportamiento, decisiones, alternativas, para alcanzar las metas como institución. Por lo tanto, crear estrategias es reconocer los nuevos retos a enfrentar en el contexto y escenarios futuros, donde se ven inmersas las instituciones (Canella, Tsuji, & Yesica, 2021).

El rol de la incertidumbre que se desarrolla en las instituciones, permite generar estrategias en un futuro incierto y dinámico, por ejemplo las crisis sanitaria que generó el SARS-CoV-2 hizo que el futuro de la organización dependiera de la estrategia, en donde la incertidumbre se convierte como la complejidad del entorno, donde se busca escenarios futuros que a partir de la estrategia se establezca un sistema de ayuda para adoptar decisiones en los diversos panoramas a enfrentar;

en ese sentido, las diferentes decisiones o escenarios deberán actuar con planeación y llevar a cabo la gestión de la comunicación estratégica.

Una tarea central es realizar nuevas estrategias para operar en entorno interconectado, donde existe inestabilidad, teniendo en cuenta las diversas situaciones y los posibles resultados a los que se pueden llegar atendiendo las diversas probabilidades de que se materialicen, lo cual contribuiría a una planificación y toma de decisiones a medida de la incertidumbre, aunque esto sería gestionado en medida de la comunicación estratégica, siendo la comunicación el eje central y colaborativo para reconocer al entorno y sus variantes.

El afrontar con éxito la complejidad de un entorno competitivo, es cuando se conoce la estructura y el funcionamiento en el impulso de las estrategias. Desde el desarrollo de la institución se busca precisar un modelo que permita contribuir en el manejo de los imprevistos del entorno. El papel de la incertidumbre es trascendental en la toma de decisiones y planificación de las distintas organizaciones, como es el caso de la pandemia de la COVID-19 y la importancia de la comunicación, que un mal uso de contenidos generó la existencia de infodemia.

Se considera que la comunicación estratégica desde NTE deberá estar integrada desde la planeación para generar una estrategia, siendo como resultado la mejora de su actuación; por ende, una gestión integrada es valorada desde varios elementos, la adaptación de las organizaciones al ámbito de gestión, en la que será fundamental comprender el entorno para determinar las posibles oportunidades y la adecuación de las diversas estrategias que se emplearán.

En cuanto a la comunicación se debe asumir un papel decisivo. Es importante hacer énfasis en los mensajes comunicativos, para llegar al aspecto social; por ello, debemos comprender en qué momento es acertado comunicar, desde la planificación, valor empresarial y el entorno serán elementos que aporten en la toma de decisiones para una adecuada gestión estratégica, uno de los aportes relevantes desde la visión del liderazgo en las instituciones *“en tiempos de miedo como los del COVID-19, es el liderazgo corporativo que debe gestionar la comunicación interna*

con transparencia, con la máxima claridad posible, con calma y con empatía” (Xifra, 2020).

El entorno central de la organización que mediante a sus acciones comunica, necesita gestionar mediante estrategias comunicativas que muestre el buen liderazgo y la capacidad de afrontar crisis como la pandemia, permite contribuir a la organización a mantener un vínculo bueno con sus públicos; al respecto, se puede encontrar en el plan de continuidad académica de la UAGro y los planteamientos de Saldaña (2021) en las respuestas de su entrevista a profundidad.

2.3.2. Modelo de comunicación estratégica

El papel de los modelos de comunicación estratégica permite obtener ventajas a las instituciones en sus acciones comunicativas donde se aborda la comunicación interna, externa, interinstitucional, creándose un modelo de integración estratégico, que plantea una visión en la transformación de la diversidad, esto es del contexto sociocultural.

En cuanto al modelo planteado por Massoni, (2007) este hace hincapié en que *“comenzar a trabajar desde la perspectiva estratégica implica normalmente algunos movimientos en las formas habituales de pensar y hacer comunicación. Necesitamos repensar a la comunicación desde nuevos paradigmas y esto implica abordarla como un fenómeno complejo y fluido”*, por lo tanto, la complejidad aporta acciones estratégicas encaminadas a la comunicación permitiendo al comunicador transformar un espacio social.

La comunicación estratégica permite gestionar los intangibles e incorporarlos a la estrategia, donde el diseño se establece a largo plazo, manteniendo los objetivos coherentes, adaptables y rentables. Por ello, se concibe a la comunicación estratégica como aquella que contribuye a las instituciones desde la estrategia y su incidencia en la toma de decisiones, con relación a estos planteamientos Massoni, (2007) propone tres movimientos para que las organizaciones comuniquen estratégicamente:

- De la comunicación como información a la comunicación que se relaciona con la *diversidad sociocultural*.

- De la comunicación al final de la línea a la *comunicación como cuestión de equipos*.
- De la comunicación como un mensaje a transmitir a la *comunicación como un problema*, acerca del cual instalar genera conversaciones que trabaje en la transformación del espacio social que se aborda en una cierta dirección.

El modelo de comunicación estratégica plantea al comunicador como aquel gestor y planificador que mediante la estrategia actúa en un entorno complejo, este deberá asumir un reto importante que es gestionar el cambio de la comunicación, sin perder el horizonte de la institución, sus valores, identidad y visión. Un comunicador que gestione la comunicación es estratégico, siendo competitivo y productivo en el manejo de las tecnologías en (Puertas, Albendaño, & Valdiviezo, 2020) se considera que existen al menos cinco elementos a tener en cuenta:

- La planeación.
- La autoevaluación.
- La comunicación.
- El cambio constante.
- La estrategia.

La comunicación estratégica parte de la importancia de una planificación en los diversos objetivos a lograr, en segundo momento desde la gestión de la innovación y el tamaño como institución se especifican metas y por último uno de los elementos relevantes es la autoevaluación, el poner énfasis a la comunicación como un ente estratégico, desde la visualización de pensar estratégicamente y actuar con estrategia.

CAPÍTULO III:



METODOLOGÍA

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

El enfoque metodológico de la investigación es de carácter cualitativo. En particular, se plantean las premisas, las categorías y subcategorías que permitieron la toma y análisis de datos. Es de resaltar que además de la realización de entrevistas se aplicaron dos instrumentos uno a estudiantes y el otro a docentes que desarrollaban el proceso de enseñanza y aprendizaje en el marco del plan de continuidad académica “UAGro en Línea”, estos datos y formularios se anexan de manera virtual y pueden ser consultados en el siguiente enlace de Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1FqOVocXvexQRKhBN8z6uXiHTOpe7IOs?usp=sharing>

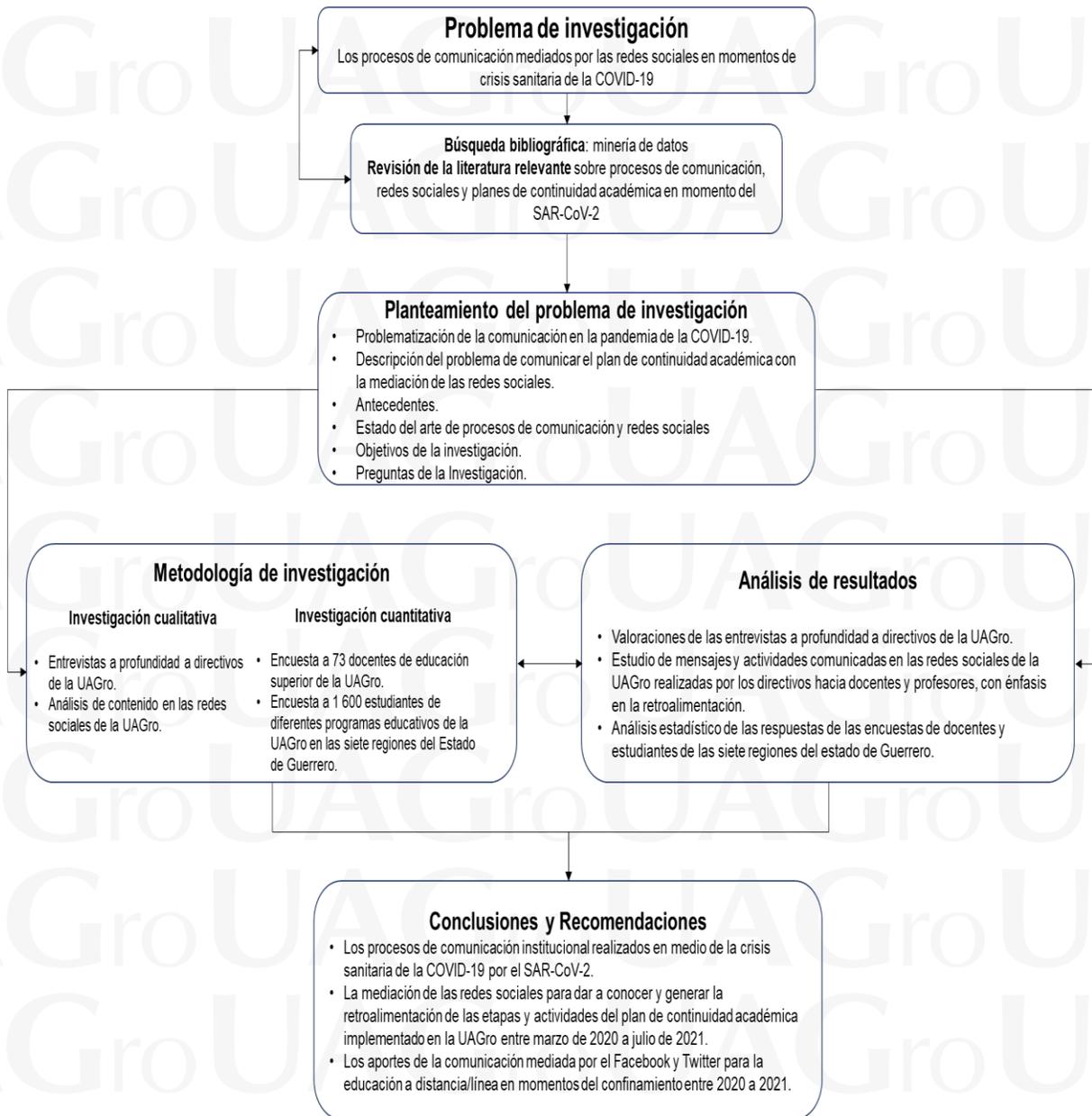
3.1. Enfoque metodológico

En cuanto que la investigación buscaba determinar *los procesos de comunicación mediados por las redes sociales -Facebook y Twitter- del plan de continuidad académica en tiempos de COVID-19*, en el que se estudiaba el caso de la *Universidad Autónoma de Guerrero entre el 2020-2021*; por tanto, el enfoque metodológico utilizado es cualitativo donde se hizo uso de diferentes instrumentos de indagación.

Para conocer el plan de continuidad académica de la universidad en estudio, se realizaron cuatro entrevistas cerradas de profundidad con los responsables del plan y de los procesos de comunicación que se llevaron a cabo entre los años 2020-2021, donde los mensajes centrales planteaban acciones de solución a los procesos de enseñanza y aprendizaje en entornos virtuales digitales en el marco de “UAGro en Línea”, y sobre los cuidados preventivos para evitar contagios de la COVID-19 con el programa “Quédate en Casa”.

La estructura de la investigación se representa en la Figura 11 que buscaba conocer las nuevas publicaciones y las acciones mundiales con relación a lograr terminar los semestres y dar continuidad académica. En el caso de la comunicación la indagación buscaba hallazgos sobre el papel de la mediación de las redes sociales para una manera de comunicar desde la perspectiva estratégica.

Figura 11
Estructura de la Investigación



Fuente: Elaboración propia

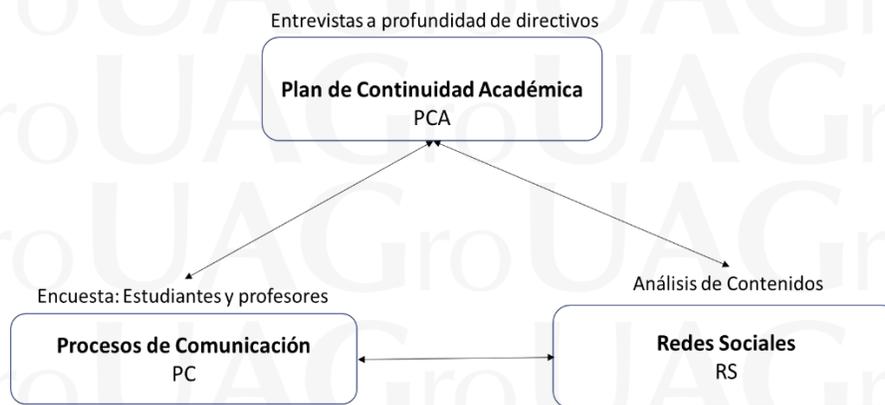
La Figura 11 representa los momentos realizados para la investigación donde se buscaba que el planteamiento del problema diera fortalezas sobre el papel de las redes sociales como mediador para la comunicación de al menos tres grandes elementos: continuidad académica, prevención de la salud y la educación en línea a partir de otros tres referentes de indagación: Procesos de Comunicación, Análisis

de Contenidos en las Redes Sociales y Plan de Continuidad Académica como se muestra en la Figura 12.

El triángulo de la Figura 12 se muestran tres elementos que generan tres usos de instrumentos como: la entrevista a profundidad para conocer cuáles eran los planteamientos de los responsables de la Universidad Autónoma de Guerrero con relación al Plan de Continuidad Académica, la aplicación de encuestas a estudiantes y docentes con relación a conocer qué procesos de comunicación se generaron mediados por las redes sociales y un estudio de mensajes en las Redes Sociales para conocer qué se decía y como se generó las interacciones entre los sujetos de la comunidad universitaria y su público externo.

Figura 12

Elementos de estudio e instrumentos de investigación



Fuente: Creación propia

Es de resaltar que el enfoque cualitativo se fortaleció con un trabajo de estudio estadístico, que permitió conocer sobre los procesos de comunicación del plan de continuidad académica y el papel de mediadores de las redes sociales de Facebook y Twitter de la UAGro mediante las respuestas voluntarias de 1 600 estudiantes y 73 docentes integrantes de la comunidad de la Universidad Autónoma de Guerrero.

3.2 Premisas

La investigación partió de tres premisas que buscaban conocer las relaciones entre los vértices del triángulo que representa objetos de investigación e instrumentos de investigación (ver Figura 12).

P1.- Los procesos de comunicación realizados en la Universidad Autónoma de Guerrero en medio de la pandemia del SARS-CoV-2 durante los tres semestres febrero-julio 2020 y agosto 2020-julio 2021 fueron mediados por las redes sociales institucionales generando intersecciones entre los públicos internos y externos.

P2.- Las redes sociales —Facebook y Twitter— fueron usadas en la Universidad Autónoma de Guerrero para orientar las acciones del plan de continuidad académica “UAGro en Línea” y generar una comunicación de interacción efectiva entre UAGro-Docentes, Docentes-Estudiantes, Estudiantes-Docente-UAGro.

P3.- La Universidad Autónoma de Guerrero en momentos de la pandemia COVID-19 estableció una comunicación estratégica mediada por sus redes sociales para informar y orientar las acciones del plan de continuidad académica, los procesos de educación en línea “UAGro en Línea” el programa de protección de salud “Quédate en casa”.

3.3. Método

De acuerdo con Kuprian, (1978) citado en Ortiz E.,(2012) “*el método se refiere a las reglas para la búsqueda del conocimiento científico*”, permite el descubrimiento y explicación sobre la investigación planteada. En esta investigación el método para es el estudio de caso, que López, W. G. (2013) lo define como:

“especialmente útil cuando los límites o bordes entre fenómenos y contexto no son del todo evidentes, por lo cual se requieren múltiples fuentes de evidencia. En un estudio de caso, un investigador conoce una realidad, un caso, acercándose a esa realidad según conveniencia o siendo informado, es identificar y describir los distintos factores que ejercen influencia en el fenómeno estudiado.”

(Rodríguez, Gil, & García, 1996) Hacen referencia en que:

“El estudio de caso implica un proceso de indagación que caracteriza por el examen detallado, comprehensivo, sistemático y en profundidad del caso objeto de interés”.

“Un examen completo o intenso de una faceta, una cuestión o quizás los acontecimientos que tienen lugar en un marco geográfico a lo largo del tiempo”

Entonces, el estudio de caso es un proceso de indagación que le permite al investigador observar una situación o hecho, dado que la presente investigación busca analizar la comunicación ante el contexto de la pandemia por SARS-CoV-2 y la continuidad académica en la Universidad Autónoma de Guerrero, se determina el estudio de caso único. La investigación pretende destacar la importancia de los procesos comunicación mediante las redes sociales, siendo partícipe la continuidad académica y el contexto de la pandemia por SARS-CoV-2.

3.4. Categorías

Es necesario comprender que ante la definición de los procesos de comunicación determinados como la serie de pasos o etapas para realizar una acción.

Tabla 6
Categoría de análisis

Categoría	Descripción
Procesos comunicativos	“la dirección que toman los procesos comunicativos en una institución, la trayectoria por la cual llegará el mensaje al receptor deseado en relación con el objetivo que persigue” (Graverán D. , 2017).

Fuente: Tomado en (Oyarvide, Reyes, & Montaña, 2017)

La comunicación se conceptualiza como aquel proceso en el cual se comparten significados, símbolos, existiendo un emisor, receptor y un mensaje, se determina como un proceso a medida que se efectúa en un lapso de tiempo y se utilizan varios elementos. Uno de los aportes más relevantes es que la comunicación centra sus estudios en los procesos y subprocesos en los cuales los canales de información contribuyen a las estrategias acciones y decisiones que se toman por medio de las instituciones (Peña, Montero, & Parra, 2020).

En la que se tiene que los flujos de comunicación son aquellos procesos de comunicación que se producen en las instituciones; gracias a ellos se puede

conocer cómo se pasa la información en una institución, se visualizan en el sistema en que llegan los mensajes, el complejo de los códigos establecidos empleando canales de comunicación.

3.5 Subcategorías

Tabla 7

Características de las categorías y subcategorías

Categoría	Subcategoría	Descripción
Procesos de comunicación	Comunicación digital	“El proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación” (Sánchez, 2006).
	Función de las redes sociales	Las redes sociales permiten la creación de contenido manteniendo una interacción con la comunidad, en este sentido su principal función como red social es la construcción de conexiones sociales o existentes que mediante el contenido se interactúe.
	Gestión de contenido	Por consiguiente, el contenido en redes se establece mediante la planificación, el medio y él ¿Cómo?, se realizaría la publicación.
	Gestión de la comunicación	En la comunicación estratégica se fundamenta que la comunicación debe tener carácter estratégico, que consiste en “que los objetivos y las acciones del área, la función o el programa, apoyen el cumplimiento de la misión y de los fines de la entidad y sus dependencias, pues no es lógico que la organización marche por un rumbo y la comunicación lo haga por otro distinto” (Costa J., 2003).
	Herramientas digitales	Son aquellas que facilitando las tareas o actividades. Existen distintas herramientas de acuerdo con la necesidad que tenga cada usuario en la educación permiten incidir en los procesos de enseñanza y comunicación, favorecen la autoevaluación, la cooperación y la retroalimentación.
	Social Media	Se determinan como aquellas plataformas donde se interactúan y socializan las personas o comunidades, compartiendo ideas e información; por consiguiente, el contenido es generado por toda la comunidad y la participación de cada uno los convierte en medios sociales
	Tipos de redes sociales	Las redes nos permiten la interacción, se dividen de acuerdo con sus características desde universitarias, horizontales, mixtas, de contenido compartido.

Fuente: Elaboración propia

3.6 Técnicas de recolección de datos

En la recolección de datos se seleccionaron técnicas que permitieron la obtención de información en el marco del enfoque de la investigación es cualitativo con el análisis de contenido y entrevista a profundidad. En cuanto la recolección de datos estadísticos la herramienta usada fue la encuesta. Para dar un fortalecimiento a lo realizado se hace unas breves consideraciones conceptuales de los instrumentos utilizados.

Entrevista a profundidad: Con relación a este instrumento cualitativo (Bisquerra, 2008) plantea que:

“Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras”

por su naturaleza, este instrumento nos permitió obtener datos detallados y precisos sobre la estrategia comunicacional y los contenidos del plan de continuidad académica y la comunicación entre los miembros establecida por la Universidad Autónoma de Guerrero.

Encuesta: Esta técnica permite obtener y elaborar datos de gran validez de manera eficaz obteniendo una gran cantidad de datos para analizar, en este sentido se buscaba indagar sobre los procesos de comunicación mediados en el contexto de la pandemia destacando la continuidad académica, orientados en el nivel de la educación superior de la UAGro, los sujetos de investigación fueron los docentes y estudiantes de las siete regiones del estado de Guerrero.

Análisis de contenido: Al respecto se realizó este análisis a los mensajes enviados por Facebook y Twitter de la UAGro para dar a comunicar el plan de continuidad académica. Bardin, (2002) es:

“El conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción o recepción de estos mensajes”

Esta técnica permitió destacar la subcategoría de comunicación digital y contribuyó en la recolección de datos de las redes sociales de la UAGro concentrando información de las diversas publicaciones que se desarrollaron durante marzo del 2020 a julio del 2021, con relación al contenido publicado en relación con el plan de continuidad académica “UAGro en Línea” durante la pandemia por SARS-CoV-2.

3.7. Muestra

Los tipos de muestra seleccionados en la investigación fueron con relación a la muestra son:

Entrevista a profundidad: La muestra que integra con la que se hizo uso de este instrumento está compuesta por participantes claves que determinaron la estrategia de comunicación (como lo plantea el referente teórico de la nueva teoría estratégica en comunicación) relevante sobre el plan de continuidad académica, a fin de reconocer cómo se dieron los procesos de comunicación en redes sociales, desde su experiencia obtener los datos precisos para la investigación.

Los sujetos entrevistados fueron:

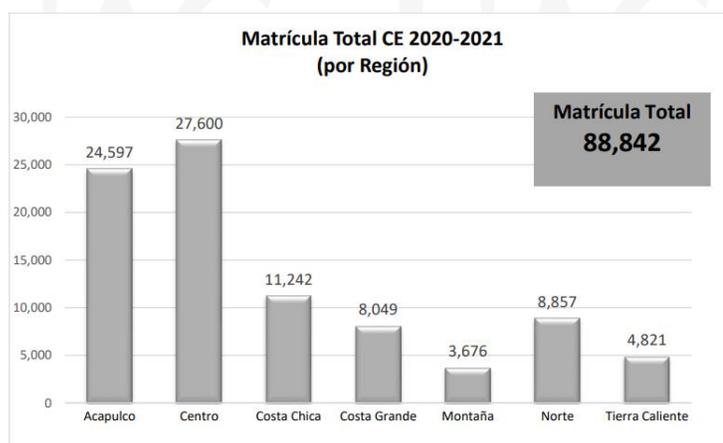
- **A1: Dr. Javier Saldaña Almazán.** Maestro emérito de la universidad y creador del plan de continuidad académica de la UAGro.
- **A2: M.A Iván Benítez Castro.** Coordinador de tecnologías de la información y comunicación creador de los correos institucionales de la UAGro.
- **A3: Lic. Daniel Elizalde Saldaña.** Jefe del departamento de medios alternativos de la UAGro y administrador de las redes institucionales de la universidad.
- **A4: Dr. Inés Casiano Reachí.** Director general de educación media superior y superior, impulsó las capacitaciones de docentes y estudiantes ante el plan de continuidad académica de la UAGro.

Encuesta

En la UAGro se cuenta con una comunidad universitaria de más de 88 842 universitarios, en particular en el nivel de educación medio superior son 52 542 y en nivel de educación superior con 34 512, en la Figura 13 se representa en la gráfica la matrícula que existe a nivel regional.

Figura 13

Matrícula universitaria



Fuente: Anuario Estadístico de la UAGro (2020-2021).

Como se muestra en la Figura 13; en el nivel de educación superior se cuenta con 11 570 hombres y 15 225 mujeres dando un total de 34 512 estudiantes. En el área de docencia de nivel superior se tiene un estimado de 962 hombres y 575 mujeres siendo en total 1 537 docentes.

Los dos instrumentos de encuesta aplicados a estudiantes y docentes fueron enviados por correo electrónico desde la Coordinación de Tecnología de Información y Comunicación de la Universidad Autónoma de Guerrero para ser contestados de forma voluntaria por integrantes de los 76 programas educativos en las siete regiones del estado de Guerrero y la UAGro hace presencia con el propósito conocer los planteamientos de los sujetos de investigación sobre los procesos de comunicación y el papel central de las redes sociales en medio de la crisis sanitaria de la COVID-19.

Con relación a las respuestas voluntarias, la clasificación de respuestas con instrumentos sin problemas de respuestas y con una relación de la capacidad de

conectividad en la Tabla 8 se indica la cantidad de respuestas a los instrumentos de encuesta de la investigación.

Tabla 8

Cantidad de docentes y estudiantes

Código	Nivel Superior de la UAGro	Cantidad
B1	Docentes	73
B2	Estudiantes	1 600

Fuente: Creación propia

Se seleccionó una población de estudio que permitiera obtener datos no probabilísticos de la muestra; ante ello se seleccionó el muestreo por conveniencia con la finalidad de seleccionar individuos con fácil accesibilidad. Barraza, (2021) menciona que el muestreo por conveniencia se produce cuando al investigador le resulta más sencillo examinar a los sujetos por su proximidad geográfica o en su defecto por alguna particularidad.

Análisis de contenido

La muestra seleccionada para el análisis de contenido corresponde a los mensajes enviados en las redes sociales en el intervalo de tiempo entre marzo de 2020 a julio de 2021. Estas redes estudiantes son: **C1:** Facebook y **C2:** Twitter, el periodo seleccionado permitió obtener datos representativos de un intervalo de tiempo de la pandemia por SARS-CoV-2, en que se rastreaba información destacada sobre la continuidad académica y los procesos de comunicación. El formato para el análisis se representa en la Tabla 9, en donde se indica un ejemplo de los datos recolectados en el anexo 13 se encuentra la Tabla completa:

Tabla 9*Datos de Facebook*

Año	Mes	Día	Contenido	Publicación	Hashtag	Comentarios
2021	Julio	16	Convocatoria: Curso de formación docentes, taller verano ANUIES	Diseño	#DocenteUAGro	Información del registro

Fuente: Elaboración propia

Para el caso del Twitter también se elaboro un instrumento de recolección de información de los eventos y actividades con relación al plan de continuidad académica en tiempo de la pandemia por la COVID-19 entre marzo de 2020 a julio de 2021.

Tabla 10*Datos de Twitter*

Año	Mes	Día	Contenido	Publicación	RT	Hashtag	N° Gusta
2020	junio	29	Comunicado UAGro mantendrá su plan de continuidad académica	Diseño	2	#Avisoimportante	8

Fuente: Elaboración propia

Se determinaron dichos criterios con la finalidad de obtener información destacada de las diversas publicaciones que se realizaron para dar a conocer el plan de continuidad académica. Se seleccionaron publicaciones sobre la continuidad académica dirigida a la comunidad universitaria entre marzo de 2020 a julio de 2021.

3.7.1. Sujetos y caracterización de la muestra

La investigación generó diferentes grupos de sujetos como lo indica la Tabla 11: los **directivos** responsables del Plan de Continuidad Académica que hemos denominado muestreo hacia cuatro expertos de la gobernanza de la universidad. Los **estudiantes y docentes** que fueron sujetos de al menos dos formas, una primera como protagonistas en los procesos de educación en línea y usuarios de los procesos de comunicación, la otra corresponde a un muestreo de aplicación de

encuestas (Anexo 6 y 7). El tercer grupo de sujetos es el **contenido** y las **redes sociales** –Facebook y Twitter–.

Tabla 11

Representación de la muestra

Muestra	Muestreo	Técnica	Cantidad de participantes	Código	
A	Por expertos	Entrevista a profundidad	Dr. Javier Saldaña	4	A1 JS
			Dr. Iván Benítez		A2 IB
			Lic. Daniel Elizalde		A3 DE
			Dr. Inés Casiano		A4 IC
B	Por conveniencia	Encuesta	Docentes	73	B1 D
			Estudiantes	1 600	B2 E
C	Mediante criterios establecidos	Análisis de contenido	Facebook	2 redes Sociales	C1
			Twitter		C2

Fuente: Elaboración propia

3.7.2 Relación entre categorías, subcategorías y técnicas

Para la recolección de la información, su análisis y determinación de los sujetos investigados se realizó una organización desde la categoría de estudio y sus subcategorías como lo muestra la Tabla 12.

Tabla 12

Instrumentos de estudio de la muestra aplicada

Categoría	Subcategorías	Técnica	Sujetos
Procesos de comunicación	Función de las Redes Sociales	Entrevista a Profundidad y Encuestas	Directivos Estudiantes Docentes
	Herramientas Digitales		
	Gestión de la Comunicación		
	Tipos de Redes Sociales		
	Continuidad Académica	Análisis de contenido	Facebook Twitter
	Enseñanza y Aprendizaje		
	Comunicación Digital		
	Gestión de Contenido		
Social Media			

Fuente: Elaboración Propia

3.8. Procesamiento de datos

El procesamiento de datos de la investigación se basó en lo planteado por Giraldo, (2011) quien menciona que la Teoría Fundamentada como aquella que contribuye a un abordaje flexible donde se busca como prioridad la estrecha relación entre los datos obtenidos, el análisis y la teoría que se surge en los diversos planteamientos.

En esta investigación se indagado por los procesos de comunicación que fueron mediados por las redes sociales; por eso, en el procesamiento de datos se llevó a cabo una comparación entre la teoría y datos obtenidos que dieron sustento y orientación a la teoría; en el que se relacionaron los procesos de comunicación, el plan de continuidad académica y las redes sociales en correlación de la fundamentación teórica.

CAPÍTULO IV:



ANÁLISIS DE RESULTADOS

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presenta los datos obtenidos mediante las entrevistas, el análisis de contenido a las redes sociales institucionales y las encuestas a docentes y estudiantes del nivel de educación superior de la UAGro. En primer lugar, se aborda la categoría de los procesos de comunicación donde se mencionan los principales resultados obtenidos, se hace un análisis desde el plan de continuidad académica y los procesos de comunicación, en segundo lugar, se plantean los resultados de las redes sociales, la continuidad académica, la enseñanza y aprendizaje.

4.1 Resultados de la Investigación

El análisis de resultados de la investigación presenta algunos argumentos cualitativos a partir del desarrollo de cuatro entrevistas a directivos de la Universidad Autónoma de Guerrero (ver anexo 8, 9, 10 y 11). En relación a los hallazgos cuantitativos se tienen los datos que se obtuvieron de la encuesta que 1 600 estudiantes (ver anexo 6) y 73 docentes (ver anexo 7) respondieron voluntariamente a dos instrumentos enviados por la web desde la Coordinación de las Tecnologías de Información y Comunicación (CTIC) de la UAGro, un tercer análisis corresponde a la valoración de mensajes que se encontraron en las redes sociales oficiales de la UAGro sobre los procesos de comunicación al plan de continuidad académica, las acciones de prevención sanitaria “Quédate en Casa” y el fortalecimiento de la educación a distancia “UAGro en Línea”. Los contenidos con relación a los tres referentes planteados fueron indagados en el Facebook y el Twitter oficiales de la Universidad Autónoma de Guerrero en el intervalo de tiempo entre marzo del 2020 a julio de 2021.

4.1.1 Sujetos

En la investigación se organizaron tres grupos de sujetos como se indica en la Tabla 11 del capítulo III sobre metodología. En este apartado a su vez, se presenta la parte territorial de las respuestas a la encuesta realizada a estudiantes y profesores.

Tabla 13

Sujetos de la investigación

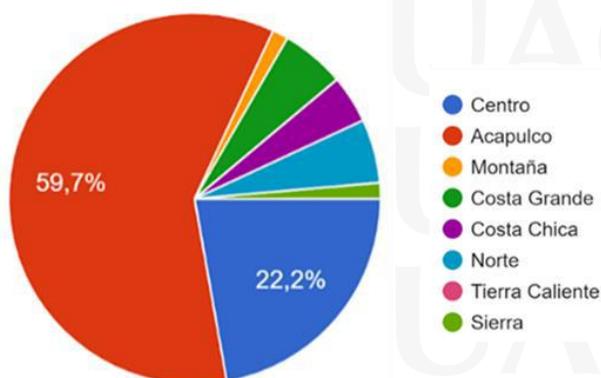
Sujetos	Códigos	Descripción e instrumentos
Directivos	A1JS, A2IB, A3, A4IC	Entrevistas a profundidad.
Redes sociales	Facebook C1, Twitter C2	Análisis de contenido entre marzo del 2020 a julio de 2021.
Docentes y Estudiantes	B1D 73, B2E 1 600	Dos encuestas orientadas a docentes y a estudiantes. Respondieron respectivamente 73 docentes y 1 600 estudiantes.

Fuente: Elaboración Propia

Con relación a la ubicación en el territorio de los docentes y estudiantes que dieron respuesta a las encuestas se presenta los porcentajes de respuesta con relación a cada una de los siete regiones del estado de Guerrero, que corresponde a la pregunta tres del instrumento de los estudiantes (Anexo 6) y de los docentes (Anexo 7).

Figura 14

Región donde proviene los docentes que respondieron la encuesta



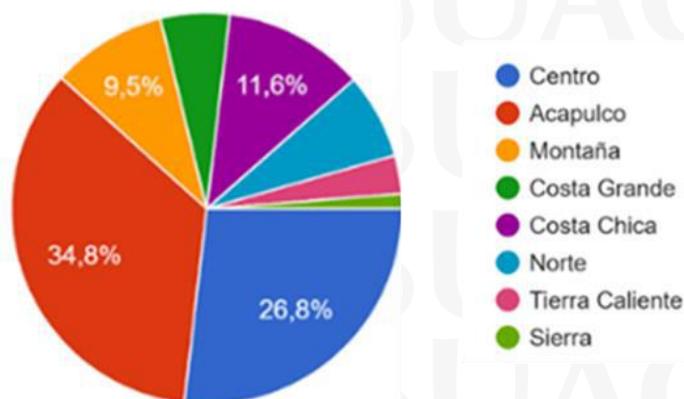
Fuente: Elaboración Propia

Nota: B1 Docentes

En la Figura 14 con relación a la respuesta de la pregunta por parte de 73 docentes se tiene que el 59.7% (43 docentes) son de la región de Acapulco y un 22.2% (16 docentes) son de la región Centro. Como lo indica la Figura 14 hubo respuestas del instrumento (anexo 7) por parte de docentes de todas las siete regiones de Guerrero.

Figura 15

Región donde proviene los estudiantes que respondieron la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Nota: B2 Estudiantes

Con relación a la pregunta tres de la encuesta de una muestra de 1 600 estudiantes el 34.8% (557 estudiantes) pertenece a la región de Acapulco y el 26.8% (429 estudiantes) a la región Centro como lo muestra la Figura 15. En los procesos de uso de la conectividad en la UAGro; estas son las dos regiones con mayor población de docentes y estudiantes que pueden conectasen y existe mayor matrícula.

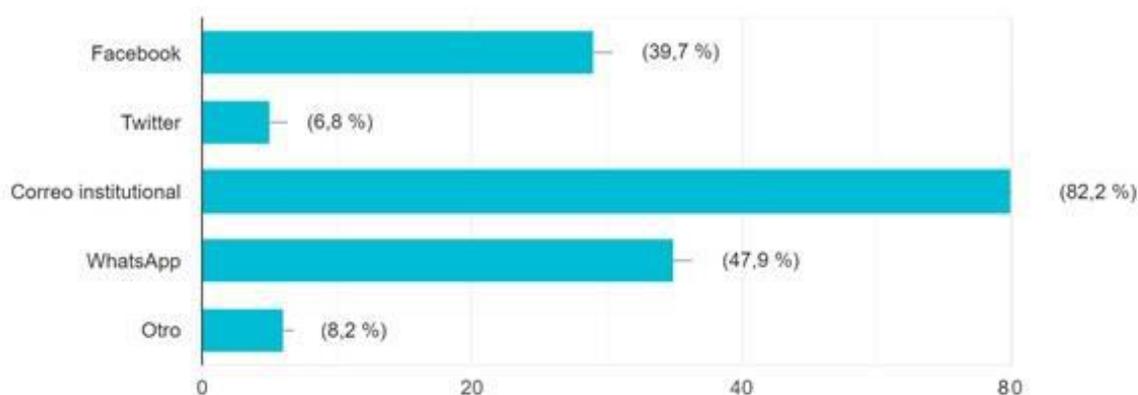
4.1.2. Resultados de la categoría 1: Procesos de comunicación

Respecto a la categoría de procesos de comunicación esta indica la relación de la Universidad Autónoma de Guerrero con sus distintos públicos (internos y externos). Uno de los encuentros relevante es que la pandemia por el SARS-CoV-2 aumento la comunicación entre la universidad con los estudiantes y los docentes.

En la encuesta para docentes esta categoría está compuesta por las preguntas 11 a la 15 (ver anexo 7), con relación a la pregunta 11 ¿En qué red social le brindaron la información sobre el plan de continuidad académica de la UAGro? En la Figura 16 se muestra las respuestas dadas por los docentes.

Figura 16

Redes sociales utilizadas por los docentes para la comunicación del plan de continuidad académica



Fuente: Elaboración Propia

En medio de la pandemia del SARS-CoV-2 la comunicación mediada por las redes sociales se convirtió en uno de sus instrumentos más importantes. Con relación a esta mediación en la Figura 16 se representa que el 82.2% de 73 docentes indicaron que el mediador para estar informado de plan de continuidad académica (PCA) “UAGro en Línea” fue el correo electrónico. Los procesos de comunicación institucionales tenían el propósito central de comunicar que debería realizarse para la continuidad académica del semestre de marzo a julio de 2020, como parte de la primera etapa de PCA.

Con relación al uso de las redes en la entrevista a Javier Saldaña (A1JS) (ver anexo 8) el plantea sobre las redes sociales que:

El Facebook para llegar a un segmento, principalmente a los profes y trabajadores y algunos estudiantes principalmente del posgrado o algunos de licenciatura, pero los de prepa ya están, pero como también los siguen sus papás ya transitan en Instagram y ahora está el TikTok y otras redes, el joven no se detiene mucho para leer, entonces debes de

facilitar y darles los datos que necesita para en este caso, conocer de la enfermedad y cómo prevenirla sobre el contagio del COVID.

Las redes sociales ante el confinamiento por SARS-Cov-2 han mediado en el proceso de comunicación, manteniendo un vínculo con su público interno y externo como lo señala Saldaña (A1JS) con relación a ello en la Tabla 14 de Facebook C1 (ver en línea anexo 13), muestra que en el análisis de contenido de marzo del 2020 a julio del 2020 se han creado diseños, transmisiones en vivo y proyectando algunos rasgos del plan de continuidad académica, donde la UAGro desplegó una serie de actividades creado con el objetivo de fortalecer la “UAGro en Línea” donde en Facebook y Twitter se compartieron y difundió el contenido.

Tabla 14

Datos de publicación en Facebook

Año	Mes	Contenido	Publicación	Hashtag
2020	Sep.	Capacitación a estudiantes de nuevo ingreso que realizaron examen “Habilidades digitales de estudiantes universitarios”	informativo	#ENVIVO

Fuente: Elaboración Propia

Con relación al planteamiento del vínculo comunicativo entre la institución y sus públicos, se encuentra en las entrevistas realizadas a los directivos el planteamiento de Casiano (A5 IC) que menciona lo siguiente (ver anexo 9):

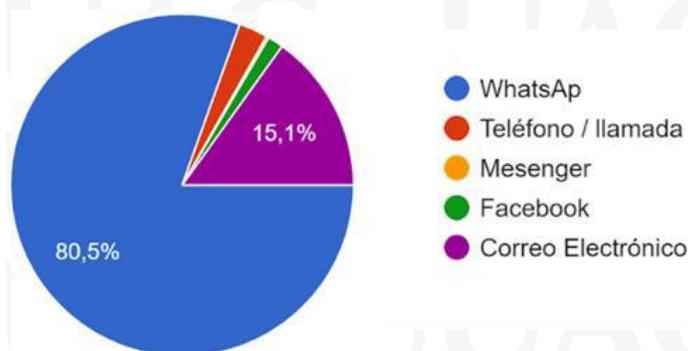
El desafío de nuevos paradigmas emergentes que surgieron está demandando a las instituciones educativas, al sistema educativo nacional a los funcionarios, docentes, estudiantes reorientar, entonces nos cambió la vida en todos los sentidos y en esa recomendación es entender eso que ya no vamos a los momentos antes de la pandemia, sino que tenemos que seguir formándonos y atender estas nuevas exigencias que ha puesto la pandemia y los paradigmas emergentes.

Como resultado ha modificado los procesos comunicativos de la institución siendo un nuevo paradigma emergente el adaptarse a una continuidad a distancia/línea, cambiando el modelo de educación y la adaptación a una modalidad virtual de forma paulatina.

En las 1 600 encuesta realizada a estudiantes (ver anexo 6) en la pregunta 14 de ¿Qué método utilizaste para tener un acercamiento con tu docente en clases en línea? se encontró que el 80% establecían comunicación mediante WhatsApp y con un 15.1% utilizaron el correo electrónico como se muestra en la Figura 17; en docentes con relaciona al medio de comunicación se encontró con un 84.7% equivalente a 61 de 67docentes WhatsApp fue el medio de comunicación entre docentes y estudiantes como se muestra en la Figura 16 del apartado anterior.

Figura 17

Redes sociales utilizadas por los estudiantes para la comunicación del plan de continuidad académica



Fuente: Elaboración Propia

La pandemia ha creado otras posibilidades en los procesos de comunicación mediado por las redes sociales, donde el contenido central en el período entre marzo de 2020 a julio de 2021 fueron las orientaciones para la implantación del plan de continuidad académica; procesos que permito fortalecer a la UAGro la comunicación con los públicos de manera formal desde el correo institucional y de forma informal con la utilización de WhatsApp.

4.1.3. Redes sociales

En los datos obtenidos en la subcategoría de redes sociales se destaca lo mencionado por Saldaña (A1 JS) (ver anexo 8) en la pregunta P1 de ¿cuál era el propósito central del contenido que se comunicaría mediante las redes sociales con relación al plan de continuidad académica “UAGro en Línea”?

Hoy según los estudios que tenemos el 95% de los universitarios tienen acceso a internet, entonces consideramos muy importante que la comunidad universitaria estuviera informada.

Consideramos que era momento clave utilizar las redes sociales en caso de Facebook de la universidad, mi cuenta personal, el Twitter y también fuimos utilizando el Instagram porque tienes que ver a qué gente le llegas con esta red social.

Siendo Facebook uno de los medios donde la UAGro publicó contenido específico en relación al plan de continuidad académica ante el confinamiento, las redes sociales tomaron relevancia para comunicar de manera oportuna, estrategias asumidas por la universidad con el carácter que plantea la Nueva Teoría Estratégica de la Comunicación referenciada en el capítulo II de esta investigación, en donde se dio a conocer contenidos como las herramientas tecnológicas, las capacitaciones a docentes y estudiantes en el uso de entornos virtuales de aprendizaje.

En relación con las entrevistas realizadas a los directivos en el tema del contenido de redes sociales nos menciona Daniel (A5 DE) en el (Anexo 10) lo siguiente

En lo personal creo que los que más se han destacado son las transmisiones en vivo... Las redes sociales en ese momento fueron muy importantes porque desde ahí se comunicaba no sólo los mensajes del Rector en ese momento el Dr. Javier Saldaña, que nos daba a toda la comunidad cierta seguridad y estabilidad de nuestro futuro, pero también se mostraban estos eventos que se llevaron a cabo, como la apertura del plan de continuidad académica "UAGro en línea", junto con y es importante destacar con el canal de YouTube de UAGro virtual, ya que ellos laboraron mucho contenido por ejemplo: Webinar, capacitaciones, la Suite de Google herramientas digitales y ellos también en parte fue muy relevante su participación, ya que nosotros comunicamos una parte del quehacer universitario en eso momento de las actividades que se llevaban a cabo.

Ante este planteamiento se destaca que los estudiantes se mantuvieron comunicados e informados mediante las diversas transmisiones en vivo, las cuales se establecieron con la UAGro Virtual para la creación de Webinars que permitieran orientar sobre las diversas herramientas digitales.

La formación docente con relación a la educación en línea/distancia, se realizaron en transmisiones en vivo con un estimado de 33 videos que han sido proyectados en la cuenta oficial de Facebook de la universidad; se tiene que entre

marzo de 2020 a julio de 2021 se compartió contenido consecutivo de la primera y segunda etapa del plan de continuidad académica.

En las redes sociales entre marzo–abril de 2020 se dieron a conocer contenido destacado sobre las herramientas y capacitaciones a docentes y estudiantes, se obtuvo que en la cuenta oficial de Twitter de la universidad se llevaron a cabo publicaciones en formato video como se muestra en la Tabla 15 (Ver en línea anexo 14).

Tabla 15

Datos de contenido Twitter

Año	Mes	Día	Contenido	Publicación	RT	M. Gusta
2020	Abril	19	No podemos estar juntos, pero si unidos continuando con nuestra formación desde casa, cuidando nuestra salud para ser mejores profesionistas y ciudadanos	Video testimonial de profesores y estudiantes	15	20

Fuente: Elaboración Propia

El contenido que se creó por parte de la universidad mantuvo a los estudiantes y docentes informados de los hechos que se presentaban ante el cambio de la continuidad académica.

Daniel **(A5 DE)** plante lo siguiente:

La estrategia que se tiene para comunicar en Facebook, Twitter, Instagram y en otras redes sociales en el fondo siempre ha sido cubrir las necesidades de los estudiantes a través de su vida de universitarios y esto se traduce en contenidos que son útiles para ellos no solo en el sentido del plan académico, sino para ellos como personas.

Al establecer estrategias en la creación de contenido se debe destacar los objetivos para llegar a un público, con relación a estos elementos la UAGro realizó publicaciones de acuerdo con las necesidades con relación a la continuidad académica y la prevención de contagios de la COVID-19 al respecto en la entrevista realiza al jefe de medios Lic. Daniel Elizalde se encuentra la descripción de esta estrategia (Anexo10).

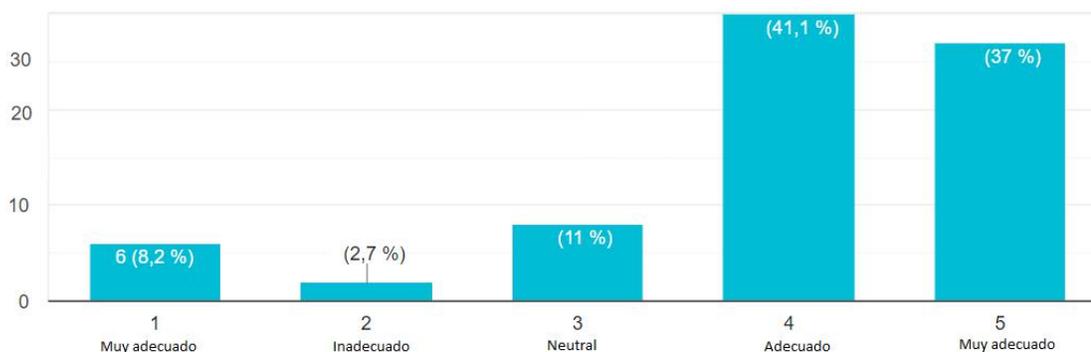
4.1.4. Continuidad Académica

La universidad apoyo a los estudiantes y docentes para lograr la continuidad educativa a distancia, estableciendo como primera acción el plan de continuidad academia y la firma del convenio de colaboración con *Google Education*. Las dos etapas del plan de continuidad académica de la “UAGro en Línea” tenía en primer lugar la culminación y seguimiento del semestre donde se dio a conocer la implementación del correo electrónico, las herramientas y capacitaciones a docentes y estudiantes para realizar procesos de enseñanza y aprendizaje en línea.

De acuerdo con la pregunta 14 que menciona del apoyo institucional que has recibido de la Universidad para cambiar a la modalidad virtual (ver anexo 7) se obtiene como resultado que el 41% de los docentes (30 de 73) encuestados consideraron que este apoyo institucionna fue adecuado, como se muestra en la Figura 18.

Figura 18

Apoyo institucional a docentes



Fuente: Elaboración Propia

Nota: las escalas utilizadas son: 1: Muy adecuado 2: Inadecuado 3: Neutral 4: Adecuado 5: Muy adecuado

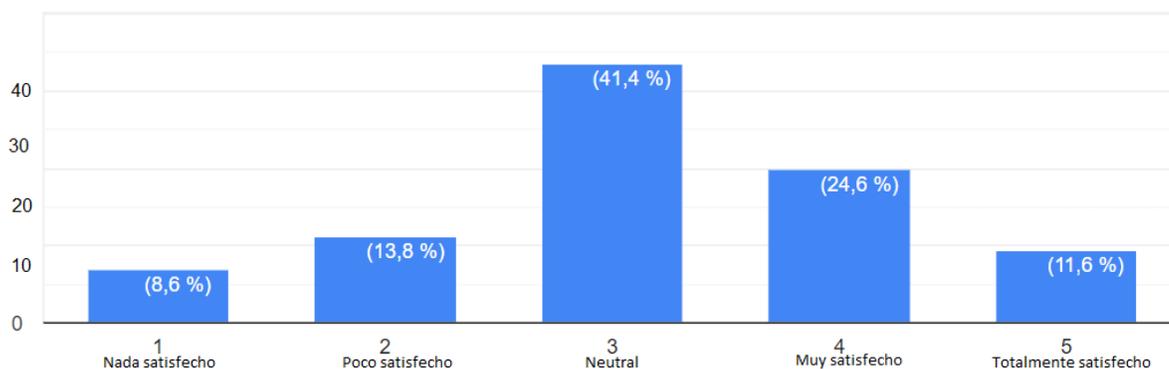
Como se representa en la Figura 18 el 37% de los docentes consideran que el apoyo institucional para la continuidad académica en medio de la crisis sanitaria de la COVID-19 fue muy adecuada. Los docentes de las diferentes regiones consideraron que los desarrollos académicos realizados en abril de 2020, en el inicio del aislamiento preventivo de contagios del coronavirus SAR-CoV-2, sobre el uso

de las herramientas digitales para la educación en línea apoyaron mucho el cambio de los entornos presenciales a los entornos virtuales de aprendizaje.

En el caso de los estudiantes respecto al apoyo institucional, la respuesta a la pregunta 11, el 41.1% de los 1 600 estudiantes consideran que este apoyo fue neutral. Pero, para el 13.8% este apoyo institucional es poco satisfecho. Se tiene que el 24.6% considera el apoyo institucional muy satisfactorio, en la Figura 19 se encuentra que menos de 200 estudiantes considera el apoyo institucional con baja satisfacción.

Figura 19

Apoyo institucional a estudiantes



Fuente: Elaboración Propia

Nota: las escalas utilizadas son: 1: Nada satisfecho 2: Poco satisfecho 3: Neutral 4: Muy satisfecho 5: Totalmente satisfecho

En la implementación de la estrategia de mantener informada a la comunidad universitaria en el análisis de contenido de Facebook (C1 F) (Ver en línea anexo 13) se tiene como resultado que se publicó contenido del plan de continuidad académica destacando los recursos tecnológicos y los criterios de calidad en ambientes virtuales que se establecieron a través de las distintas temáticas como seguridad en internet, búsqueda avanzadas, herramientas eficaces del aprendizaje en línea; donde la web 2.0 tuvo relevancia como se muestra en la Tabla 16.

Tabla 16

Datos de transmisiones en vivo Facebook

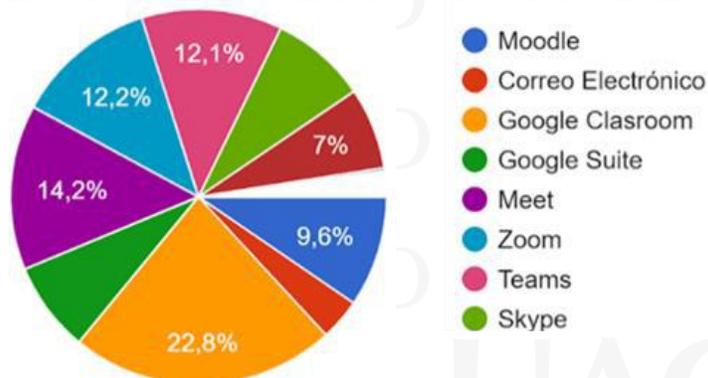
Año	Mes	Contenido	Publicación	Hashtag
		Transmisión en vivo/ YouTube		
2020	Sep.	Continúa la capacitación a estudiantes de nuevo ingreso, “Herramientas Digitales para el Aprendizaje en Línea”, no te pierdas el Webinar ¿Cómo crear mi portafolio de evidencias	Informativo	#ENVIVO
2020	Sep.	Conoce la red de nodos digitales que impulsa la UAGro virtual para la apertura de los centros de cómputo y aulas digitales.	Informativo	#UAGroEnLínea

Fuente: Elaboración Propia

En relación a las principales herramientas digitales que se establecieron para una enseñanza en línea en las encuestas aplicadas a estudiantes (B2E) se obtuvo el 23% (equivalente a 350 de 1 600) optaron por la herramienta de *Google Classroom*, en la pregunta P12 de recursos tecnológicos se obtuvieron los diferentes resultados como lo indica la Figura 20.

Figura 20

Herramientas digitales utilizadas por los estudiantes



Fuente: Elaboración Propia

Para la efectividad del plan de continuidad académica se buscó como principal acción la implementación de las diversas formaciones a los estudiantes y los docentes como lo menciona el Dr. Javier Saldaña (**A2 JS**) “*La capacitación del aprendizaje ha sido muy buena para los jóvenes de la universidad.*”

Relacionado a este tema, Casiano (**A4 IC**) plantea que:

“Capacitar a todos los docentes y estudiantes para el manejo esencial de algunas herramientas en línea y también la didáctica correspondiente porque nos agarró de bajada la pandemia y entonces nos orilló a eso, y pues eso nos ayudó mucho para que tuvieran cuando menos las competencias esenciales, se tomó la decisión de trabajar con Google Education y de ahí centralmente con Google Classroom, ofimática de Google, Google drive, formularios y así empezamos, de manera central y ya en la segunda etapa que fue la otra característica del plan era el siguiente semestre que comenzábamos ya hacerlo con más sistematicidad del proceso de diseño, implementación y evaluación de esta parte del plan.”

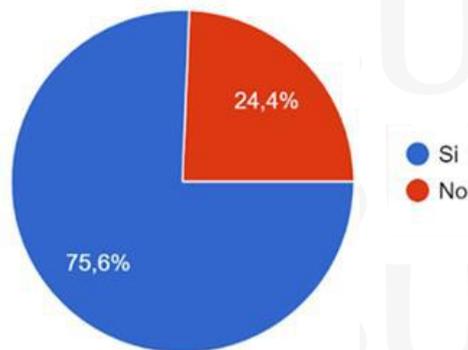
En ese planteamiento Casiano en la pregunta (P2) de las características del plan de continuidad académica (Anexo 9) destaca que cada docente elegía sus alternativas de enseñanza, donde usaban las diversas estrategias de acción que permitieran un aprendizaje continuo, además de que cada condición era distinta; es decir, cada región del estado se comprende de diversas características, en tanto su alternativa de enseñanza era distinta. Para apoyar la comunicación para el aprendizaje en entornos virtuales se crearon los correos electrónicos, que contribuyeron a los docentes y estudiantes tener fácil acceso a la información. A su vez, la formación en el uso de herramientas digitales y entornos virtuales de aprendizaje permitió la estructuración de cada clase y el desarrollo de ellas.

4.1.5. Enseñanza y aprendizaje

En el nivel educativo de educación superior se respondió al panorama cambiante ante el contexto social ocasionado por la pandemia SARS-CoV-2. En las encuestas realizadas en esta investigación se consideró como temática central los procesos de enseñanza y aprendizaje desde la perspectiva de los docentes y los estudiantes.

Figura 21

Aporte del internet al aprendizaje de los estudiantes



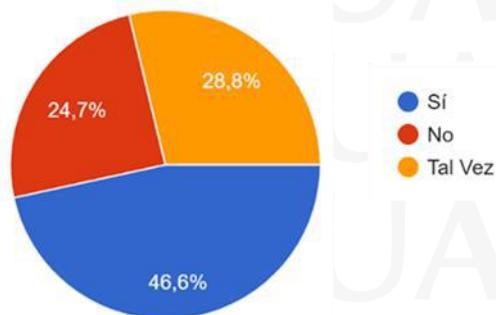
Fuente: Elaboración Propia

Al respecto en el instrumento del estudiante se plantearon las preguntas 15 a 24 (anexo 6) y de docentes del interrogante 17 al 21 (anexo 7). Las respuestas a la pregunta 23: ¿Consideras que el internet fue un obstáculo u oportunidad para tu aprendizaje? se tiene en la Figura 21 que el 75.6% de los estudiantes, que representa a un total de 1 199, respondió que sí una oportunidad.

Respecto al cuestionamiento a los docentes con relación a los aprendizajes de los estudiantes, en la Figura 22 se presenta los resultados donde el 46.6% que (representa a un total de 34 docentes de 73) con relación a la pregunta P20 ¿Considera que los estudiantes están preparados para estar en el aula digital virtual? Se obtiene como mayoría de respuesta el sí, como se presenta en la figura 20 D.

Figura 22

Preparación de los estudiantes para estar en el aula virtual



Fuente: Elaboración Propia

En este mismo planteamiento en la pregunta (P24) (ver anexo 6) a estudiantes de nivel superior mencionaron sobre la comunicación que se establece entre docente y estudiante: “Por el momento mayor comunicación y una mejor accesibilidad, por lo que en ocasiones por cuestiones naturales no se pueden tomar.”

Las capacitaciones han sido una de las características relevantes del plan de continuidad académica donde ha contribuido en la enseñanza remota, la comunicación fungió un papel relevante en sus procesos, en el aprendizaje se menciona las capacitaciones orientadas en el plan de continuidad académica, donde se obtuvo en la pregunta (P24) de los estudiantes lo siguiente con relación a las necesidades:

“Mejor capacitación a docentes de edad para el uso de las tecnologías y el trabajo de su paciencia a la hora de resolver dudas para que podamos entender de mejor manera el tema. Muestra de ejemplos y/o proyectos similares para un mejor entendimiento ya que usualmente no es fácil entender proyectos de taller de diseño vía digital.”

Ante esto se mencionan los hallazgos en la encuesta a docentes en la pregunta 21 (P21) (ver anexo 7) que se refieren a lo siguiente:

“Que los docentes sean más flexibles en cuanto la enseñanza del alumno porque no todos aprendemos al mismo nivel y a algunos (como en mi caso) se nos dificulta aprender en línea.

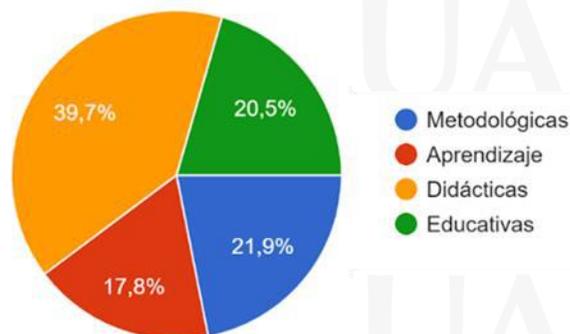
Capacitar en competencias didácticas a los profesores

Seguir capacitando a los docentes para que sigan desarrollando las competencias necesarias para las clases en línea y apoyar con equipos de cómputo a los docentes y alumnos en rifas pudiera ser ya que no todos cuentan con las mismas condiciones para adquirir algún aparato electrónico para las clases en línea.”

Las capacitaciones se han implementado como medio de contribución a la enseñanza y estrategias en el uso de una continuidad académica en línea, para eso en el plan de continuidad académica “UAGro en Línea” se optó por que cada docente implementara su modo de enseñanza, con relación a eso en la encuesta realizada a los 73 docentes en la pregunta 17 ¿Qué estrategia utilizo para sus clases en línea?, se establece que el 39.7% fortaleció la didáctica específica de su disciplina como se muestra en la Figura 23.

Figura 23

Fortalecimiento de los docentes para potenciar la enseñanza en línea



Fuente: Elaboración Propia

Con relación a la pregunta 21 en la encuesta realizada a 73 docentes respecto a la comunicación entre estudiantes y docentes se mencionan en la entrevista lo siguiente:

“Mayor comunicación con los estudiantes Flexibilidad tanto para el docente Como para el alumno Capacitación constante para el docente en cuanto al uso de herramientas digitales Ofrecer Educación continua para profesores de ambientes virtuales, al término de cada semestre.”

Se tiene entonces que la comunicación deberá ser gestionada como medio transformador en los procesos de comunicación, que permitan orientar y llevar a cabo una comunicación efectiva como se logró con los contenidos planteados desde el plan de continuidad académica y enviado en las redes sociales de la UAGro.

4.2. Conclusiones generales

El papel de la comunicación ante la crisis por el SARS-CoV-2 es relevante en los procesos de enseñanza y aprendizaje manteniendo un comunicación eficiente y directa con los distintos públicos. Ante este planteamiento se enfatiza la gestión estratégica en la visión de Massoni desde la conceptualización del comunicador y la importancia de estrategar, la implementación de acciones que durante la complejidad del entorno permitan la mejora continua de la organización, para ello es preciso entender que desde el confinamiento ante la pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2 se han modificado la forma de comunicarnos, donde las redes

sociales han tomado relevancia; en la UAGro se implementó el (PCA) plan de continuidad académica “UAGro en línea”, por lo tanto la institución deberá destacar el papel del comunicador ante sus diversos públicos, permitiendo un vínculo constante con su comunidad universitaria, el actuar de manera inmediata y eficaz en situaciones inesperadas permite mantener una comunicación continua con sus públicos y hacer frente a los desafíos.

-Procesos de comunicación

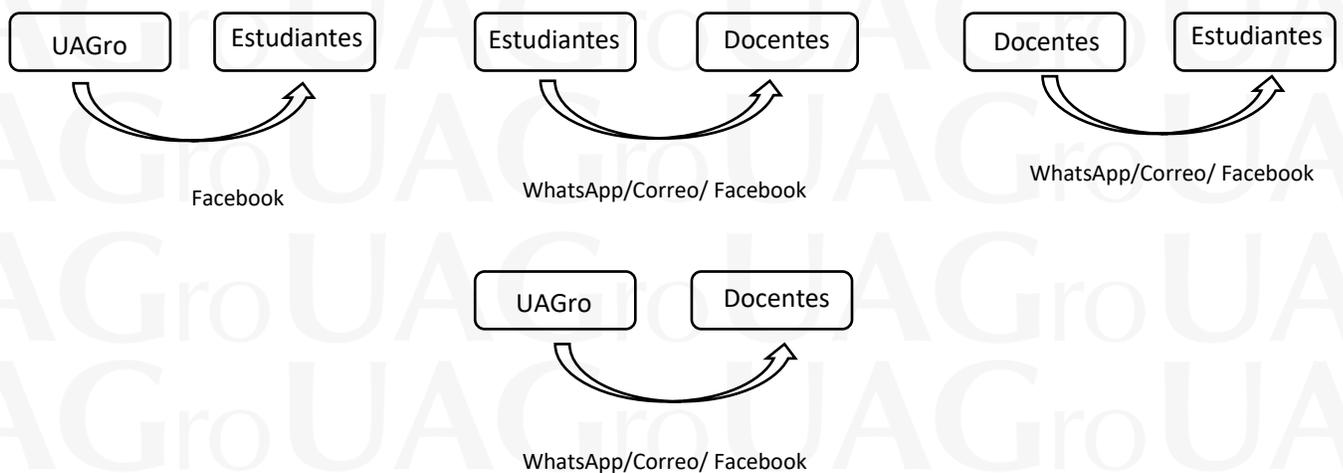
En primer lugar las características y aplicaciones del plan de continuidad académica establecido por la UAGro, tenía como objetivo la culminación y seguimiento del semestre, donde se capacitaron a docentes y estudiantes en el uso de las diversas herramientas digitales, en ese sentido se establecieron contenidos en Facebook y Twitter que mantuvieron el alcance en las 7 regiones del estado donde docentes y estudiantes desde su casa se conectaron para dar seguimiento de las implementaciones de acciones de la Universidad en relación a la enseñanza y aprendizaje en línea, en la primera etapa del (PCA) se establecieron acciones encaminadas a la capacitación a docentes, donde se dio a conocer las herramientas digitales así también el modo de utilizarlas y emplearlas en la enseñanza.

En la segunda se establecieron cursos para el uso de recursos institucionales a estudiantes que permita el integrarse al entorno digital, con la creación de correos electrónico y orientación a las clases virtuales.

Ante este entorno emergente la NTE marca el replantear estrategias para enfrentar como instituciones los impactos generados por la CoV-2; desde la transformación digital; en cuanto a los estudiantes de la UAGro determinaron con un 46,8% que las transmisiones en vivo que se publicaron durante marzo del 2020 a julio del 2021 fue el medio por el cual se mantuvieron informados y conocieron sobre las etapas del plan de continuidad académica, ante ello se hace hincapié en lo planteado por Pérez R. A., (2014); el saber gestionar sus intangibles y el mejorar la gestión estratégica permitirá que los procesos de comunicación que se establecen en Facebook, WhatsApp y el correo institucional, se establezca en

acciones concretas que contribuyan a crear un Feedback; siendo la comunicación un elemento fundamental para el cambio.

En cuanto a los procesos de comunicación se determina lo siguiente la comunicación que se estableció entre la UAGro y alumnos se realizó mediante la plataforma de Facebook, donde se hace presente la comunicación descendente la cual se establece de manera jerárquica; difícilmente existe una retroalimentación; ante ello



Cabe destacar que el papel de las redes sociales tuvo relevancia en informar de manera oportuna con la comunidad universitaria; sin embargo, cabe señalar que no se estableció una estrategia central para dar sentido al plan de continuidad académica. De acuerdo con las premisas ubicadas en el Capítulo III planteadas en la investigación se determina lo siguiente:

En primera se concluye que las redes sociales intentaron mediar los procesos de comunicación donde existió una baja retroalimentación entre la universidad y su comunidad universitaria, ante el plan de continuidad académica fueron un medio de información ante las diversas estrategias planteadas por la universidad, ante ello se establece que mediante las redes se generaron intersecciones entre los públicos internos y externos, es decir los públicos internos y externos se mezclaron donde la comunicación fue fundamental en la mejora del seguimiento de una educación a distancia.

En segundo momento y de acuerdo con la premisa P2 orientada al uso de las acciones del plan de continuidad académica en las redes sociales de la UAGro se enfatiza que, si contribuyen en la orientación del plan académica, permitiendo la estructuración de incidir en el entorno digital, por lo tanto, si existió una comunicación mediante la interacción, aunque esta no fue tan efectiva.

Cabe señalar que la universidad si estableció una comunicación desde una visión estratégica partiendo la correlación de mantener a la comunidad informada, aunque como se plantea en los resultados la estrategia fue basada en la necesidad de los estudiantes, (Anexo 10) ante ello no se enfatizó a las redes sociales como medios de procesos de comunicación, aunado a ello se hace hincapié en el crecimiento de la red social Facebook que durante la pandemia originada por la COVID-9 tuvo gran aumento.

Enseñanza y aprendizaje

En la enseñanza desde el planteamiento de la NTE nos hace hincapié en los siete cambios:

En ese sentido la fragmentación de la complejidad permite a las instituciones educativas en el entorno por la COVID-19 crear estrategias de responsabilidad, transparencia y humanitarias que contribuyan a un acercamiento con el público objetivo. Así también en la institución deberá existir la orientación de innovación de significados, donde el medio prioritario sean las nuevas herramientas digitales.

Las herramientas más utilizadas en docentes y alumnos para una comunicación eficiente han sido el correo electrónico y WhatsApp donde Facebook ha tenido un papel relevante en el contenido mediante las transmisiones en vivo y publicaciones desde las características del plan de continuidad académica, sin duda alguna la enseñanza de los docentes en entornos digitales ha permitido a la universidad crear paradigmas de enseñanzas donde la comunicación ha jugado relevante, por lo tanto las redes sociales deberán fungir como medio de los procesos de comunicación.

Continuidad académica

En el apartado de continuidad académica se hace énfasis en los objetivos de la investigación, dando respuesta a ellos se concluye lo siguiente:

En general los procesos que se efectuará en la UAGro mediante las redes sociales institucionales de la universidad permitieron el seguimiento y culminación del semestre donde el contenido y publicaciones se orientan a las características que del plan de continuidad académica, en consonancia se hace mención que los procesos se realizaron en medida de las capacitaciones y la forma en que la comunicación se fue estableciendo entre la comunidad UAGro y los directivos donde el flujo de comunicación se estableció de forma descendente y ascendente.

El papel de las redes no solo fue el de información sino que también en algunos momentos funge como aquel medio de comunicación que permitió la comunicación formal con la universidad y la comunidad universitaria.

4.3. Recomendaciones

El presente estudio muestra distintos aspectos de los procesos de comunicación mediados por las redes sociales; ante ello la comunicación estratégica es uno de los elementos más fundamentales en la estrategia; desde orientar y hacer frente en los principales retos que conllevó; durante la pandemia por el SARS-CoV-2; esta investigación propone lo siguiente:

- La creación de un manual de contenido que oriente al departamento de medios alternativos de la UAGro en la creación de contenidos específicos en las redes sociales de Facebook y Twitter que mejoren la capacitación y orientación sobre las etapas del plan de continuidad académica “UAGro en línea; desde darle mayor relevancia a las transmisiones en vivo y generar contenido específico en las diferentes regiones del estado de Guerrero.
- Teniendo como objetivo “Fortalecer el plan de continuidad académica, en la mejora de una educación a distancia”, en este sentido la creación de una campaña en redes que oriente las dos etapas de continuidad académica mediante capsulas, transmisiones en vivo, diseños y fotografías, creando una línea temporal donde se busque lo siguiente:



- Fortaleciendo la identidad de las 7 regiones de la UAGro, creando contenido de enseñanza y aprendizaje desde las lenguas originarias, compartiendo experiencias de alumnos y docentes, para ello se plantean en primer lugar dar conocer las características de la continuidad académica y la acciones que se han realizado para tener un aprendizaje a distancia, en segundo momento implementar contenido que contribuya a las etapas académicas del estudiante (Nuevo ingreso, Estudiante y Egresado) por ultimo destacar la formación en línea de los universitarios.
- La implementación de un plan que contribuya a los procesos de comunicación desde un protocolo de orientación, creando una estrategia dirigida en la retroalimentación de docentes y alumnos a fin de crear vínculos; comprendiendo la complejidad del entorno.
 - Las redes sociales han permitido crear comunidades en el entorno digital, por ello se establece la creación de plan que facilite a las redes sociales como medio de comunicación entre los docentes y alumnos a fin de crear una aplicación UAGro en línea que mejore la comunicación.
 - La comunicación deberá ser integrada para eso el plan deberá establecer un mensaje central y ser compartida con toda la comunidad universitaria donde se tendrá como prioridad (analizar el entorno, marcarse objetivos, publico meta, definir el mensaje y trazar estrategias, establecer acciones y planificarlas)
 - Se implementará como estrategia central Formalizar la comunicación interna y externa, para ello se establecerá el uso adecuado de los medios de comunicación a fin de facilitar los procesos.

Tal como lo señala (Massoni, 2009) se deberá tener en cuenta la estrategia y al comunicador estratégico con la finalidad de destacar a la comunicación como un ente estratégico, cabe señalar que la autoevaluación será uno de los aspectos fundamentales que se deberá implementar.

- Capacitaciones al departamento de comunicación de la universidad, teniendo a bien la importancia del comunicador estratégico, en la creación de una enseñanza a distancia.
- La actualización, capacitación y cursos que permitan incentivar la educación en modalidad virtual dirigida a docentes y alumnos de la UAGro, a fin de dotarlos de las diversas herramientas tecnológicas.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias Bibliográficas

- Abello, & Madariaga, R. (1999). *Las redes sociales ¿Para qué?. Psicología desde el caribe*. Universidad del Norte Barranquilla Colombia.
- Almazán, J. S. (2020). *Plan de Continuidad Académica "UAGro en Línea"*.
- Alonso, S., & Alonso, M. G. (2014). Las Redes Sociales en las Universidades Españolas. *Vivat Academia*.
- Amérigo, M. (1993). Metodología de cuestionarios: Principios y aplicaciones. 43(3). Obtenido de file:///C:/Users/Laura%20Soto/Downloads/Dialnet-MetodologiaDeCuestionarios-224222%20(1).pdf
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna* (1 ed.). Netbiblo.
- Bani, S. (2020). *La Comunicación Institucional en las Redes Sociales: Los cuerpos de seguridad en Twitter*. Cuadernos AISPI.
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid, España: Aka, S. A.
- Barón, M. P., Duque, Á. S., Mendoza, F. L., & Quintero, W. P. (2020). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Internacional de pedagogía e innovación Educativa*, 126.
- Barraza, A. (2021). *Manual de temas nodales de la investigación cuantitativa un abordaje didáctico*. (Vol. 1). (U. P. Durango, Ed.) Durango, México.
- Barrera-Rea, V. F., & Guapi, A. M. (2018). La importancia del uso de las plataformas virtuales. *Atlante. Cuadernos de Educación y Desarrollo*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/07/plataformas-virtuales-educacion.html>
- Bas Vilizzio, M. C. (2021). *La educación superior en Iberoamérica en tiempos de pandemia. Impacto y respuestas docentes*. Fundación Carolina.
- Bernal, C. T. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera Edición ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Bertolotto Cepeda, A. M., Bohórquez-Peñaranda, A. P., & Murillo Galvis, M. (2020). Experiencia del departamento de Pediatría en el uso de herramientas remotas para la continuidad académica en la Pontificia Universidad Javeriana durante la pandemia por SARS-CoV-2. *Universidad Medica*, 06(02).
- Bisquerra, R. (2008). Metodología cualitativa. En *Métodos cuantitativos aplicados 2*. Chihuahua: Centro de investigación y Docencia. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34912704/LECTURA_DE_EVERTSON-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1630221491&Signature=fk603ou3UcmhNIIRKtXwO3pCMxhfkeZi6HeFhNxjZZwSgtVgC2GEXhdDOUqQEBF6BwjMIYmhj7T~N01jppO85NlvQvz9FTrrcy1LcnCqJVctSFRwHq0bk~iUjXNGtti3kleBU3u
- Brito, J. G., Laaser, W., & Toloza, E. A. (2015). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, (32). Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/red/article/view/23307>
- Bustos, J., & Ruiz, F. (2020). Comunicar en tiempo de crisis en las redes sociales. Estrategias de verificación e intermediación informativa en los casos de Facebook, Instagram y Twitter durante la COVID-19. *HIPERTEXT.NET*(21).
- Canella, M. L., Tsuji, T., & Y. L. (Abril de 2021). Estrategar: research from a transdisciplinary approach in the complexity of gender in Social Sciences. *Razón y Palabra*, 24(110), 43.

- Cano, J. L. (2017). *Gestión de Redes Sociales por las Universidades de Élite*.
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago: Colección de libros.
- Cardenas-Arichabala, B. A.-C. (2021). Medios de Comunicación en Pandemia. *Investigación mediática estudiantil- Paper Series, 01(01)*, 14.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Catagua, J., & Cevallos, Á. M. (Septiembre de 2019). El uso académico de las redes sociales: Estrategias metodológicas de aplicación en el aula de clases. *Ciencias Humanísticas y Sociales, 04(03)*.
- Collado, F. (2009). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- Costa, J. (1977). *La imagen de la empresa; Métodos de comunicación integral*. Madrid: Ibérico Europea de ediciones.
- Costa, C. S., & López, X. G. (2020). Comunicación y crisis del Coronavirus en España. Primeras lecciones. *El profesional de la información, 29(03)*, 3,4.
- Costa, J. (2003). *La imagen pública. Una ingeniería social*. Medellín; Asociación Iberoamericana de comunicación estratégica (AICE): Zuluaga.
- Durango, A. (2014). *Las redes sociales*.
- FACEBOOK. (s.f.). Recuperado el 2 de Junio de 2021, de <https://about.fb.com/es/company-info/>
- Fernández, T. U. (2013). Aprendizaje colaborativo y uso de las redes sociales en educación primaria. *Didáctica. Lengua y Literatura*.
- Ferreira, C., & Pérez, C. (Junio de 2017). Comunicación y Social Media en las empresas de moda. *Prisma Social, 18*.
- Flores, K. N., González, R. R., & Lobo, E. E. (2020). Estrategia alternativa para la solución de conflictos en las redes sociales digitales. *Internacional Multidisciplinaria, 6*.
- Forero, A., & Gutiérrez, O. (Abril de 2021). Organizaciones más Humanas. La comunicación estratégica en las organizaciones, un diálogo entre la teoría y la práctica. *Razón y Palabra, 24(110)*, 143-144.
- Garrido, F. (2017). *Comunicación Estratégica: Un puente significativo para la creación de valor empresarial*.
- Giraldo, M. (Junio de 2011). Abordaje de la Investigación Cualitativa a través de la Teoría Fundamentada en los Datos. *Actualidad y nuevas tendencias, II(06)*, 79-86.
- Gobierno del Estado de Guerrero. (30 de Marzo de 2020). *Diario oficial. Consejo general de Salubridad*.
- Gómez, M., Rose, S., & Farias, P. (s.f.). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Scientific Journal of Media Education*.
- Gonzalo, J., & Toloza, A. (2015). El uso de las redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *RED Revista de Educación a distancia*.
- Graverán, D. (2017). *Propuesta de manual de gestión de la comunicación interna para el centro nacional de biopreparados*. Universidad de la Habana.: Trabajo de diploma, Facultad de Comunicación.
- Graverán, D., Sánchez, M., & Vázquez, J. (Junio de 2019). El proceso de comunicación externa del Centro Nacional de Biopreparados en las redes sociales Facebook y Twitter. *SciELO, 30(02)*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132019000200002

Herrera, R. (2021). Nueva Teoría Estratégica: reflexiones y aportes desde la comunicación. *Razón y Palabra*, 24(110). Obtenido de <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1775>

Islas Torres, Claudia y Carranza Alcántar, María del Rocío (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa ?. *Apertura*, 3 (2),.[Fecha de Consulta 11 de Diciembre de 2021]. ISSN: 1665-6180. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68822737001>

IISUE. (2020). *Educación y pandemia: Una visión académica*. Ciudad de México. Obtenido de www.iisue.unam.mx/nosotros/covid/educacion-y-pandemia

Katz, D., & Kahn, R. (1990). *Psicología social de las organizaciones*. México: Trillas.

Kouss, S. (2014). *La comunicación Interna en las organizaciones*. España: Universidad de Salamanca.

Kresps, G. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. Addison-Wesley.

Kuprian, A. (1978). *Problemas metodológicos del experimento social*. La Habana.: Ciencias sociales.

Latorre, M. (2018). Historia de la WEB, 1.0, 2.0, 3.0. Perú: Universidad Marcelino Champagnat.

López, D. (2006). *Comunicación empresarial: Plan estratégico como herramienta general*. Universidad de la Sabana., Colombia: ECOE.

Lopez, M. C., Flores, K., Espinoza, A., & Rojo, D. (Octubre de 2017). Posibilidades de Facebook en la docencia universitaria desde un caso de estudio. *apertura*, 09(02).

López, W. G. (2013). El estudio de casos: una vertiente para la investigación educativa. 17(55).

Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales.

Luque Cano, J. L. (2017). Gestión de las redes sociales por las universidades de élite: Análisis de los perfiles institucionales de Harvard, MIT, Michigan, Stanford, Cambridge y Oxford. Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/32427-->

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

Alonso García, S., & Alonso García, M. del M. (2014). Las redes sociales en las universidades españolas. *Revista De Comunicación De La SEECI*, (33), 132-140. <https://doi.org/10.15198/seeci.2014.33.132-140>

Madrigal, R. C. (2015). Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: el caso de Made Whith Lof. *Relaciones Públicas*.

Massoni, S. (2007). Modelo de comunicación estratégica; (Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente). En *"Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido"*. Argentina.

Massoni, S. (2009). Comunicación estratégica: Somos seres en red dándonos. En *FISEC-estrategias.*, 12, 21,22.

Máxima, J. (Agosto de 2020). *Características.co*. Recuperado el 04 de Enero de 2021, de <https://www.caracteristicas.co/historia-de-la-comunicacion-humana/>

Mora, M., & Boczowski, P. J. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. *El profesional de la información*, 29(01), 11. Obtenido de <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>

Navarro, R. M. (2020). *Comunicación horizontal e interactividad*. San panblo, España: Estudios multidisciplinares en comunicación audiovisual, interactividad y marca en la red.

Núñez, R., Suárez, C., & Estevez, E. (2020). Diagnóstico del potencial de las redes sociales como recurso didáctico en el proceso de enseñanza en época de aislamiento social. *Espacios*, 41.

- OMS. (2020). *Covid- 19: Cronología de la actuación de la OMS*. Obtenido de (OMS) Organización Mundial de la Salud: https://www.who.int/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline?gclid=CjwKCAjwjdOIBhA_EiwAHz8xm1cWSzy5RHvkIRSiXkCiF2l8XPGTLuYR9tb9MShXNOpn-5GzrmKS2xoCb98QAvD_BwE#event-115
- Ortiz, A. O. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Ortiz, E. (Marzo de 2012). Los niveles teóricos y metodológicos en la investigación educativa. (43). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/101/10123023002.pdf>
- Oyarvide, H. R., Reyes, E. S., & Montaña, M. C. (Octubre de 2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Revista científica dominio de las ciencias*, 3(04).
- PRADA, NÚÑEZ, R., HERNÁNDEZ, HSUÁREZ,, C., & MALDONADO, ESTEVEZ, E. (2020). *Diagnóstico del potencial de las redes sociales como recurso didáctico en el proceso de enseñanza en época de aislamiento social* (Vol. 4). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p22.pdf>
- Peña, M., Montero, J., & Parra, J. (2020). ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA ESCUELAS DE LA EDUCACIÓN PRIMARIA. *Revista Didasc@lia: D&E*.
- Pérez , J. D., Genaut, A. A., Rivero, D. S., & Iturregui, L. M. (2013). Las empresas en Facebook y Twitter. Situación actual y estrategias comunicativas. *Revista Latina de comunicación social*(068), 676 a 695. Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/996_Bilbao/RLCS_paper996.pdf
- Pérez, R. A. (2014). La estrategia como campo de estudio. ¿Tenemos ya un nuevo paradigma? *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(2). doi:10.14198/MEDCOM2014.5.2.03.
- Pérez, R., & Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia: El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Ariel, S. A.
- Porlán, R. (2020). El cambio de la enseñanza y el aprendizaje en tiempos de pandemia. *EDUCACIÓN AMBIENTAL Y SOSTENIBILIDAD*.
- Puertas, R., Albendaño, M., & Valdiviezo, C. (2020). *Comunicar: de la táctica a la estrategia*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, nº178. La Laguna (Tenerife).
- Ramonet, I. (2021). La Pandemia y el Sistema-Mundo. *Litorales*, 22;23.
- Rebolledo, J., García, T., & Ortiz, J. M. (2020). La resistencia al cambio durante la implementación de un sistema ERP. *Vincula Térgica*, 143.
- Reina, J., Fernández, I., & Noguer, Á. (2012). El uso de las Redes Sociales en las Universidades Andaluzas: El Caso de Facebook y Twitter. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, II(4). Obtenido de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/128>
- Report, G. O. (Junio de 2020). Obtenido de Hootsuite.
- Rivas, A. C. (2019). Uso de las redes sociales en las universidades públicas del municipio Cabimas. *Revista Enfoques*, 3(10). Obtenido de <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i10.59>
- Rodríguez, G. G., Gil, J. F., & García, E. J. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. España: Alijibe. Obtenido de https://cesaraguilar.weebly.com/uploads/2/7/7/5/2775690/rodriguez_gil_01.pdf
- Rodríguez, I. T. (2001). *Comunicación organizacional*. Ciudad de la Habana, Cuba.: Felix Carela.
- Román, Z. E. (2020). La participación de las comunidades rurales en la atención de la pandemia COVID-19 y sus implicaciones. El caso de los cercos sanitarios en Guerrero. *Mexicana de Análisis Político y Administración JPública*, IX(02), 27;28.

- Romo, R. S. (Diciembre de 2008). Comunicación orgaizacional: Un modelo aplicable a la microempresa. (01).
- Saldaña A. , J. (2020). *Informe comparativo 2013-2020 (Universidad Autónoma de Guerrero)*. Chilpancingo Gro.
- Saldaña; Almazán, J. (2020). *Plan de Continuidad Académica "UAGro en Línea"*.
- Sánchez, A. U. (2006). Comunicación digital: Nuevas posibilidades y rigor informativo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*(17).
- Sandoval, R., Gomez, M., & Demuner, M. (2011). *Redes sociales en las organizaciones* .
- Tenzer, S., Ferro, O., & Palacios, N. (2009). *Redes sociales virtules: personas, sociedad y empresa*. Obtenido de <https://studylib.es/doc/7013816/redes-sociales-virtuales--personas--sociedad-y-empresa-co...>
- Tironi, E., & Cavallo, A. (2011). *Comunicación Estratégica: Vivir en un mundo de señales*. Santiago de Chile: Ltda.
- Torres, C., & Carranza, M. (2011). Uso de las Redes Sociales como Estrategia de Aprendizaje ¿Transformación Educativa? *III*(2).
- UAGro, U. (s.f.). Obtenido de <https://www.uagro.mx/conocenos/index.php/historia>
- UAGro, U. (2019). *Gaceta Universitaria*, 42.
- UNESCO. (24 de Marzo de 2020). UNESCO. Obtenido de <https://cutt.ly/PYbDzqc>
- UNESCO. (Marzo de 2020). UNESCO "Organización de las nacionaes unidas para la educación, la ciencia y la cultura". Obtenido de <https://es.unesco.org/news/290-millones-estudiantes-clases-covid-19-unesco-divulga-primeras-cifras-mundiales-y-se-moviliza>
- UNESCO. (2021). Respuesta del ámbito educativo de la UNESCO a la COVID-19. Santiago, Chile. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377074>
- Unidas, N. (2020). *Noticias ONU*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2020/03/1471822>
- Vargas, L., Solano, M., Rogel, D., & Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Científica de Educomunicación*, XXIX(69).
- Vidal, M., & Hernández, L. (2013). Redes sociales. *SCIELO*, 27(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412013000100017
- Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos de Covid-19. *El profesional de la informacin*, 29(2). Obtenido de <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/mar/xifra.pdf>
- Zuccherino, S. (2021). Social Media Marketing "La revolución de los negocios y la comunicación digital". Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Altemas.
- Zunzarren, H., & Gorospe, B. (2012). *Guía del Social Media Marketing*. Busines y Marketing School.



ANEXOS

Anexo 1

Guía de entrevista a profundidad al Dr. José Alfredo Romero Olea, Rector de la UAGro

Objetivo: Conocer la opinión del Rector de la UAGro Dr. José Alfredo Romero Olea, sobre los procesos de comunicación que se llevaron a cabo mediante las redes sociales para dar a comprender el plan de continuidad académica “UAGro en línea” en tiempos de pandemia por la Covid-19 en el nivel de educación superior.

Continuidad Académica

P1.- En la implementación del plan de continuidad académica “UAGro en línea” ¿Cuál fue su propósito central?

P2.- ¿Cuáles fueron las principales herramientas digitales que otorgó la UAGro en la entre de la enseñanza y aprendizaje a distancia?

P3.- De las dos principales etapas del plan de continuidad académica, ¿Cuáles fueron sus características fundamentales difundidas mediante Facebook y Twitter?

Comunicación

P4.- ¿Qué estrategia implementó la UAGro en la creación de una comunicación bidireccional entre estudiantes y docentes de nivel superior ante el plan de continuidad académica “UAGro en línea”?

P5.- ¿Qué características en particular se dieron a conocer del plan de continuidad academia a los docentes y estudiantes de nivel superior de la UAGro?

P6.- ¿Cuál considera que fue el papel de las redes sociales con relación al plan de continuidad académica “UAGro en línea”?

P7.- ¿Alguna recomendación o comentario que desee agregar?

Anexo 2

Guía de entrevista a profundidad al Dr. Javier Saldaña Almazán

Objetivo: Conocer la perspectiva del Dr. Javier Saldaña sobre los procesos de comunicación que se llevaron a cabo mediante las redes sociales, destacar los elementos y la implementación del plan de continuidad académica de la universidad en el marco de la pandemia de la Covid-19 en el nivel de educación superior.

P1.- ¿Cuál era el propósito central del contenido que se comunicaría por medio de las redes sociales con relación al plan de continuidad académica “UAGro en línea”?

P2.- ¿Qué características comunicacional consideraron para el Facebook y el Twitter con relación al plan de continuidad académica?

P3.- ¿Cuál fue su estrategia central en los procesos de comunicación, para que los estudiantes y docentes tuvieran una comunicación bidireccional?

P4.- El liderazgo ha sido una fuente de manejo de crisis, ante el COVID 19 se han empleado estrategias en donde la comunicación y el liderazgo no se han unificado ante este planteamiento ¿Cómo considera usted su liderazgo ante la universidad en cuanto a la continuidad académica de la UAGro?

P5.- ¿Alguna recomendación o comentario que desee agregar?

Anexo 3

Guía de entrevista a profundidad al Dr. Inés Casiano Reachi, Director de Media Superior y Superior de la UAGro

Objetivo: Conocer desde la perspectiva del Director de Media Superior y Superior de la UAGro, sobre los procesos de comunicación mediados por las redes sociales del plan de continuidad académica de la universidad en el marco de la pandemia de la Covid-19 en el nivel de educación superior.

Continuidad académica

P1.- ¿Cuál fue el propósito central en la creación del plan de continuidad académica de la UAGro?

P2.- ¿Cuáles fueron las características del plan de continuidad académica que permitieron la capacitación a los docentes y el aprendizaje en línea de los estudiantes?

P3.- ¿Qué herramientas digitales dio a conocer y otorgó la UAGro a los docentes y estudiantes de nivel superior para la enseñanza y aprendizaje a distancia?

P4.- En la implementación del plan de continuidad académica ¿cuáles fueron las acciones que se establecieron en las 7 regiones para que los docentes dieran clases en línea?

P5.- ¿Cuál fue el medio donde dan a conocer el plan de continuidad académica “UAGro en línea”?

Comunicación

P6: ¿Que contenidos contribuyeron en los procesos de comunicación del plan de continuidad académica hacia docentes y estudiantes de nivel superior?

P7.- ¿Qué estrategias se implementaron para dar seguimiento al plan de continuidad académica mediante las redes sociales?

P8.- ¿Cómo considera el proceso de comunicación mediado por las redes sociales en el plan de continuidad académica?

P9.- ¿Alguna recomendación o comentario que desee agregar?

Anexo 4

Guía de entrevista a profundidad al Jefe del departamento de Medios alternativos: Lic. Daniel Elizalde Saldaña

Objetivo: Conocer desde el responsable de medios de la UAGro su percepción de los procesos comunicativos que se realizaron mediado por Facebook y Twitter oficiales de la Universidad en la implementación del plan de continuidad académica realizada en el marco de la pandemia de la Covid-19 en el nivel de educación superior de la UAGro.

Continuidad académica

P1.- ¿De qué manera la Covid-19 ha incidido en los procesos de comunicación de la UAGro por medio del Facebook y el Twitter?

P2.- ¿Qué estrategia de uso de redes sociales institucionales de la universidad se implementaron en el desarrollo de la comunicación con los estudiantes y docentes de educación superior, para dar a conocer el plan de continuidad académica entre marzo de 2020 a agosto de 2021?

P3.- ¿Cuáles son los contenidos del plan de continuidad académica más comunicados en el proceso de educación a distancia en línea en el periodo de los semestres de 2020-2021?

Comunicación

P4.- ¿Cuál fue el papel de las redes sociales (Facebook y Twitter) en la implementación de la continuidad académica en modalidad de educación en línea?

P5 A.- ¿Cuál ha sido la estrategia comunicacional central en el Facebook y Twitter con relación a la continuidad académica, que permitió la comunicación con la comunidad universitaria? **P5 B.-** ¿Cuáles han sido los elementos de dicha estrategia?

P6.- Facebook es una plataforma que puede usar diversos recursos digitales ¿Cuál fue la incidencia comunicacional del uso de estos recursos empleados en Facebook, para lograr una interacción con el público interno y externo con relación al plan de continuidad académica?

P7.- ¿Qué tipo de retroalimentación existió en Twitter con el público objetivo en relación al plan de continuidad académica en los periodos del semestre 2020-2021?

P8.- ¿Cuáles fueron los contenidos del plan de continuidad académica difundidos en el Facebook y Twitter que permitieron una comunicación bidireccional con el público interno?

P9.- ¿Alguna recomendación o comentario que desee agregar?

Anexo 5

Guía de entrevista a profundidad al M.A. Tomas Iván Benítez Castro Titular de la coordinación de tecnologías de la información y comunicaciones

Objetivo: Conocer desde la perspectiva del Titular de la coordinación de tecnologías de la información y comunicaciones de la UAGro, sobre los procesos de comunicación mediados por las redes sociales del plan de continuidad académica de la universidad en el marco de la pandemia de la Covid-19 en el nivel de educación superior.

Continuidad académica.

P1.- ¿Cuál era el propósito central de la creación del plan académico “UAGro en línea”?

P2.- ¿Qué estrategias se realizaron desde la coordinación de tecnologías de la información para dar a conocer o implementar el plan de continuidad académica “UAGro en línea” en docentes y estudiantes de nivel superior de la universidad?

P3.- ¿Qué características considera que han sido las fundamentales del plan de continuidad académica que han permitido una comunicación en Facebook y Twitter?

P4.- ¿Cuáles fueron las herramientas digitales que brindó la universidad ante el plan de continuidad académica “UAGro en línea” a docentes y estudiantes de nivel superior de la UAGro?

Comunicación

P5.- ¿Cuál considera que fue el papel fundamental del Facebook y Twitter para dar a conocer el plan de continuidad académica de la universidad?

P6.- ¿Qué estrategia se llevó a cabo en para dar a conocer las etapas del plan de continuidad académica UAGro en línea?

P7.- ¿Alguna recomendación o comentario que desee agregar?

Anexo 6

Formato de encuesta a estudiantes de Nivel Superior de la UAGro

I DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTES

P1) Edad (en años cumplidos) _____ **P2) Sexo:** Masculino Femenino

P3) región de donde proviene (favor de marcar solamente la casilla que corresponda al máximo grado de estudios)

Centro Acapulco Montaña Costa grande Costa chica Norte Tierra caliente Sierra

P4) ¿Cuentas con alguno de estos dispositivos para su uso personal? Marque todas las opciones que apliquen

Computadora/Laptop Tableta Celular

P5) ¿En su casa tiene acceso a Internet? Sí No

P6) ¿Qué tuvieron que hacer para acceder a las clases? Marca solo un óvalo.

- Compartir Internet con un vecino o familiar
- Contratar Internet
- Trabajar con un familiar
- Utilizar datos

II Comunicación:

P7) ¿Cuentas con computadora o laptop para acceder a las clases?

- Si
- Sí, pero la comparto con otras personas
- No, accedo desde mi teléfono

P8.- ¿Qué red social te mantuvo informado sobre el plan de continuidad académica de la UAGro durante la Covid-19?

- Facebook
- WhatsApp
- Correo electrónico
- Twitter

Otro _____

P9.- ¿Cuáles fueron las herramientas digitales que utilizaste para la continuación de tu preparación en línea?

- Correo electrónico

- Google Classroom
- Google Suite
- Meet
- Zoom
- Teams
- Skype
- Dropbox

Otro _____

P10.- De los distintos tipos de contenidos que encontraste en las diversas redes sociales, ¿Cuáles te fueron más relevantes para la continuidad académica?

- Diseños Transmisiones en vivo Eventos Videos Fotografías

P11.- El apoyo institucional que has recibido de la Universidad para cambiar a la modalidad virtual ha sido adecuado (1 es nada satisfecho, 2 poco satisfecho, 3 neutral, 4 muy satisfecho y 5 totalmente satisfecho)

1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○
-----	-----	-----	-----	-----

P12.- ¿Cuáles recursos tecnológicos te interesaría aprender a utilizar para tus actividades a distancia?

- Moodle
- Correo Electrónico
- Google Classroom
- Google Suite
- Meet
- Zoom
- Teams
- Skype
- Dropbox

Otro _____

P13.- ¿Qué calificación le das al plan de continuidad académica “UAGro en línea”?

(1 muy malo, 2 malo, 3 regular, 4 bueno, 5 excelente)

1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○
-----	-----	-----	-----	-----

P14.- ¿Qué método utilizaste para tener un acercamiento con tu docente sobre la orientación de clases en línea?

- WhatsApp Teléfono /llamada Messenger / Facebook Correo electrónico

III Enseñanza y aprendizaje:

P15.- ¿Durante tus clases en línea mantenías la cámara encendida?

Sí No

P16.- ¿Del 1 al 5 como te sientes capacitado en el nivel de enseñanza? (Siendo 5 el máximo valor)

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

P17.- ¿Durante tus clases en línea te sentiste capacitado ante las herramientas digitales?

Sí No

P18.- De un rango de excelente a deficiente, ¿cómo evalúas las herramientas utilizadas por el docente para una clase en un ambiente virtual? (1 es deficiente y 5 es excelente)

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

P19.- Actualmente ¿Con qué tipos de problemáticas te estás enfrentando en tus actividades a distancia?

Tecnológicas (acceso a Internet, equipo de cómputo, conocimiento de plataformas educativas, etc.)

Logísticas (manejo de tiempo, horarios de clase, espacios físicos para trabajar a distancia, comunicación, etc.)

otro _____

P20.- ¿A través de qué medios te gustaría recibir más información? (Marca solo un óvalo)

- Facebook
- Twitter
- Correo institucional
- YouTube

Otros _____

P21.- ¿Evalúa del 1 al 5 como fue tu participación durante tus clases virtuales? (1 muy malo, 2 malo, 3 regular, 4 bueno, 5 excelente)

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

P22.- En un rango del 1 al 10, ¿cuánto está capacitado tu docente para hacer efectiva una clase en línea? (Donde 1 es Malo, 5 Neutral, 10 Excelente)

P23.- ¿Consideras que el internet fue un obstáculo u oportunidad para tu aprendizaje?

Sí No

P24.- ¿Qué propuestas concretas le harías a la universidad para mejorarlas actividades educativas durante la contingencia?

Anexo 7

Formato de la encuesta a Docentes de Nivel Superior de la UAGro

I DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL DOCENTE

P1) Edad (en años cumplidos) _____ **P2) Sexo:** Masculino Femenino

P3) Región de donde proviene (favor de marcar solamente la casilla que corresponda al máximo grado de estudios)

Centro Acapulco Montaña Costa grande Costa chica Norte Tierra caliente Sierra

P4) Escolaridad máxima (favor de marcar solamente la casilla que corresponda al máximo grado de estudios)

Normal Carrera técnica Licenciatura Maestría Doctorado Otro: _____

P5) ¿Hace cuántos años que utiliza la computadora, laptop o tableta para cuestiones personales y/o laborales? (Si es menos de 1 año ponga 0): _____

P6) Años cumplidos de experiencia docente (Si es menor a 1 año, ponga 0) _____

P7) ¿En su casa cuenta con alguno de estos dispositivos para su uso personal?

Computadora/Laptop Tableta Celular

P8) ¿En su casa tiene acceso a Internet? Sí No

P9) ¿Aproximadamente cuántas horas al día utiliza la computadora, tableta o celular?

Antes del confinamiento _____ Durante del confinamiento _____

P10) A raíz del confinamiento ¿qué adecuaciones tuvo que hacer a la infraestructura tecnológica de su casa?

- Contratar un mejor paquete de Internet
- Comprar más dispositivos (computadora, laptop o tableta)
- Adquirir licencias de software (ej. Zoom)
- Ninguna

II Comunicación:

P11.- ¿En qué red social le brindaron la información sobre el plan de continuidad académica de la UAGro?

- Facebook
- Twitter

- Correo institucional
- WhatsApp
- Otro _____

P12.- ¿Cuál fue el papel desempeñado de las redes sociales ante el plan de continuidad académica “UAGro en Línea”? _____

P13.- Durante los cursos, ¿utilizo alguna red social que le permitiera mantener una comunicación constante con los estudiantes?, ¿Cuál fue?

- Facebook
- WhatsApp
- Correo electrónico
- Twitter

P14.- El apoyo institucional que has recibido de la Universidad para cambiar a la modalidad virtual ha sido adecuado. (1 es muy inadecuado, 2 inadecuado, 3 neutral, 4 adecuado y 5 muy adecuado)

1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○
-----	-----	-----	-----	-----

P15.- ¿A través de qué medios te gustaría recibir más información?

- Facebook
- Twitter
- Correo institucional
- YouTube

Otros _____

P16.- ¿Cuál es la importancia de la comunicación entre el estudiante y el docente ante las clases virtuales?

III Enseñanza y Aprendizaje:

P17.- ¿Qué estrategia utilizo durante sus clases en línea?

- Metodológicas Aprendizaje Didácticas Educativas

P18.- ¿Qué herramienta digital fue la más idónea y efectiva para dar continuidad a las clases virtuales?

- Correo electrónico
- Google Classroom
- Google Suite
- Meet
- Zoom
- Teams
- Zoom

Otro _____

P19.- ¿Usted como docente, se siente satisfecho sobre el nivel de aprendizaje de los estudiantes durante las clases en línea? (1 es nada satisfecho, 2 poco satisfecho, 3 neutral, 4 muy satisfecho y totalmente satisfecho)

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

P20.- ¿Considera que los estudiantes están preparados para estar en un aula virtual?

Sí No

P21.- ¿Qué propuestas concretas le harías a la universidad para mejorarlas actividades educativas durante la contingencia?

Anexo 8

Transcripción de entrevista al Dr. Javier Saldaña Almazán Maestro Emérito de la UAGro

P1.- ¿Cuál era el propósito central del contenido que se comunicaría a través de las redes con relación al plan de continuidad académica “UAGro en línea”?

R: Hacemos un poco de antecedentes, entramos a unas redes sociales, pero hace algunos años, a luchos traíamos un celular y bueno antes era muy caro para un ciudadano común traer un celular, sin embargo en alguna reforma que hicieron los diputados de la anterior legislatura, antes era el que llama paga, entonces eso dificulta entonces cuando hicieron que hubiera mayor apertura, mayor competencia de quienes tienen el control sigue siendo el monopolio de las telecomunicaciones, más gente pudo acceder, antes le cobraban al que llamaba y al que le llamaban, entonces era un robo, esto se fue abriendo y permitió que los universitarios estuviéramos comunicados, entonces eso fue mejorando, mejorando.

En Guerrero solo el 30% tenía cobertura e internet y eso fue mejorando y a hoy según los estudios que tenemos el 95% de los universitarios tienen acceso a internet, entonces consideramos muy importante que la comunidad universitaria estuviera informada y preparada para la llegada que en diciembre se le ha pronunciado como un problema de salud, en China después se hizo epidemia en otro país, en Europa y luego pandemia en todo el mundo y consideramos que era momento clave utilizar las redes sociales en caso de Facebook de la universidad, mi cuenta personal, el Twitter y también fuimos utilizando el Instagram porque tienes que ver a qué gente le llegas con estas redes sociales la comunicación, no es nada más que esté de moda, o estuvo de moda.

Hoy en mi caso, mi página es para un segmento de gente, pero yo voy siguiendo a los chavos, luego también hay que estar en el círculo rojo los académicos ocupan el Twitter, los jóvenes no tanto se detienen el Twitter y entonces habría que comunicarles de los 10 servicios de la puesta en marcha de la UAGro, primero el gel antibacterial, la asistencia médica y psicológica, LABDIS el laboratorio que fue el segundo que se autorizó después de la UNAM y otras serie de acciones como el comedor abierto pero todo implicando un riesgo y sabías que a través del Facebook informamos a la población en general a los profes y entonces transite yo al Instagram donde hay un montón de jóvenes que siguen esta red social y yo quería que los jóvenes estuvieran informados ¿para qué? para que no llevaran el virus a la familia, ustedes saben que del 19 al 21 pasó casi un año y medio para que

hubiera vacunas y bueno ahorita se lleva buena cobertura en el país creo que 35% de gente está vacunada y va avanzando permanentemente; para algo tenían que servir las redes sociales y es para informar y prevenir los contagios del COVID a la gente es una situación muy compleja, para eso utilizaremos el Facebook para llegar a un segmento, principalmente a los profes y trabajadores y algunos estudiantes principalmente del posgrado o algunos de licenciatura pero los de prepa ya están, pero como también los siguen sus papás ya transitan en Instagram y ahora está el TikTok y otras redes, el joven no se detiene mucho para leer, entonces debes de facilitar y darles los datos que necesita para en este caso, conocer de la enfermedad y cómo prevenirla sobre el contagio del COVID.

P2.- *¿Qué características comunicacional consideraron para el Facebook y el Twitter con relación al plan de continuidad académica?*

R: Hay varios indicadores, por supuesto que no estábamos preparados, ni el rector, ni el trabajador, intendencia estábamos preparados, menos los alumnos, pero sin embargo Hoy hay una nueva realidad, el lunes pasado iniciaron las clases y se van a incrementar los contagios de hecho hace tres días fue la curva de contagios más alta y este pues a que voy tenemos que prepararnos, teníamos que prepararnos e hicimos lo que pudimos, lo que estuvo en nuestras manos, se capacito a los profesores de prepa, licenciatura, posgrado y yo realice (La universidad) realizó un convenio con Google que nos puso a nuestra disposición 5 mil Classroom o centros de clases y se acordó que la enseñanza fuera flexible, no solamente en Classroom otras por zoom, WhatsApp, Facebook , lo importante es que se dieran las clases, ¿Cuál es el reto? sí, fue el aprovechamiento al 100%, tratamos que los jóvenes que muchos viven en comunidades llegará a los más posible por lo menos las propuestas de las materias de estudio, las actividades didácticas, el programa y todo y que ellos presentaran una propuesta, es decir su tarea.

Sobre todo ahorita en temporada de lluvia en las comunidades, se va la luz, entonces a que facilitarles todas la vías, pero todavía hay maestros que les hace falta sensibilidad y que se tienen que ir valorando, Hay que capacitarlos también a los maestros en la parte solidaria o humanista, entonces este tema de la educación mixta quedó ya para siempre, sin embargo se tienen que hacer prácticas en los laboratorios , por eso la decisión que tomó el consejo de aplazar las elecciones, pero eso también hay que ver que se vacune a los jóvenes, por que como saben a los jóvenes no les hace mucho el tema del virus o síntomas, pero pueden llegar a la casa y contagiar a la familia, pueda haber una pérdida humana, entonces la universidad que tiene que hacer a mi juicio, pues profundizar en la capacitación de todos sus profesores, equiparlos en la medida de lo posible y también abrir sus espacios las escuelas no deberían estar cerradas, estar abiertas para que los centros de cómputo de la universidad , dentro de lo general tenemos buena internet, no en todas las escuelas y facultades, pero si en las ciudades grandes, incluso si se programa creo que puede recibir hasta población en general, a eso debemos llegar con todas las medidas sanitarias, y después valorar el regreso a clases, porque un alumno se expone al salir de su casa a las 5am, toma una combi, transporte, el taxi el urbano el camión y va en contacto con mucha gente, se contagia, entonces considero que si se ha alcanzado no el nivel óptimo pero si la capacitación del aprendizaje ha sido muy buena para los jóvenes de la universidad, falta mucho por mejorar y se tenemos una comisión de salud de altísimo nivel, como pocas en

el país que se están valorando el regreso a clases de la gente que tiene que hacer prácticas pero también es cierto aquí cuenta mucho la corresponsabilidad de los padres de familia más en los jóvenes de prepa, sean responsables en los trabajos en casa y los presenten y los maestros deben tener esa sensibilidad y el humanismo de dónde vienen nuestros estudiantes, para no perder tantos estudiantes, no porque hay un deceso, sino porque deben tomar la decisión entre seguir estudiando o trabajar o porque algunos de los papas les toco la enfermedad y vaya haber un deceso y entonces la familia se queda sin jefe de familia, pero creo que si se ha aprendido mucho, la universidad ha ganado experiencia y creo que vamos por más.

P3.- ¿Cuál ha sido su estrategia central en los procesos de comunicación, para que los estudiantes y docentes tuvieran una comunicación bidireccional?

R: Tuvimos charlas, primero como informamos, porque no nos podíamos ver de manera presencial y la gente te busca, bueno yo en esa situación, seguramente como cabeza de la universidad la gente me buscaba, aunque sabían que el contagio era muy fuerte y a lo mejor yo también me arriesgue demasiado, me contagie como tres veces y en la tercera casi encuentro la muerte, ante la imposibilidad de estar con la gente debemos de informarles, entonces esa fue una estrategia de llegar , estuvimos pagando publicidad de alguna manera, yo en lo personal de mi cuenta y en de la universidad también subió mucho el número de visitas, pero nos mantuvimos comunicados tuvimos una interacción permanente, me llegaban mensajes directos a mi teléfono y también no solamente el Facebook, Twitter, Instagram, sino también el WhatsApp creamos grupos de directores para que ellos bajaran a las escuelas, toda la información que se iba generando la distribuamos.

Se abrió el (Call Center) aquí está para los universitario y para el público en general, los comedores para los universitarios y población en general, el LABDIS se abrió de manera gratuita para los universitarios que en aquel tiempo una prueba costaba 5 mil pesos que no era nada sencilla, hacías mil pruebas, pero afortunadamente nos financiaron en aquel tiempo y Hoy tiene que cobrar no hay financiamiento para ello y no se puede porque es una prueba de alto impacto pero nosotros a los universitarios e incluso a los jubilados se les aplicaba de manera gratuita esa prueba, en ese tiempo el gel se regalaba y ahora se está elaborando para tengo entendido para las escuelas principalmente, pero utilizábamos el Facebook esta información y bueno como sabias que llegaba a cierto sector y también enlazamos todas las páginas de la universidad de las prepas, de las licenciaturas, los posgrados para que llegara la información de manera simultánea y entonces así llegamos a todas las prepas a las 48 a las 76 licenciaturas, los 39 posgrados y los centros de trabajo y es así como esta estrategia utilizamos y también vía WhatsApp es así como llegamos.

P4.- El liderazgo ha sido una fuente de manejo de crisis, ante la COVID 19 se han empleado estrategias en donde la comunicación y el liderazgo no se han unificado ante este planteamiento ¿Cómo considera usted su liderazgo ante la universidad en cuanto a la continuidad académica de la UAGro?

R: Yo creo que lo primero que debe hacer uno es convocar a todos, que nadie se quede , ningún actor se quede sin hacer nada, yo convoque a todos a los estudiantes a su comprensión que estuvieran atentos, a los trabajadores también salvaguardar su integridad

y obviamente a los profesores y si se les convoca a todos a trabajar a entender que este es un gran problema y que no solamente es un problema del Rector sino de todos, entonces hay respuesta; Creo que tuve una respuesta muy importante, buena que nos ayudó para que todos participaran en estas 10 acciones que pusimos en marcha de la UAGro Te Cuida, quédate en casa, la gente y creo que los guerrerenses han reconocido que la universidad ha estado a la altura de las circunstancias de los guerrerenses en los últimos tiempos.

Anexo 9

Transcripción de entrevista al Dr. Inés Casiano Reachi Director de Media Superior y Superior de la UAGro

Continuidad académica

P1.- ¿Cuál fue el propósito central en la creación del plan de continuidad académica de la UAGro?

R: *El propósito central fue asegurar la continuidad de las actividades académicas y de las clases aquí en la universidad, en ese tiempo de las clases en línea por que la pandemia nos llevó a pasar de las clases presenciales a en línea que fueron más a distancia y remota tan no estrictamente en línea, para educación media superior que son las prepas y para superior que son las licenciaturas y posgrados y eso implica el seguimiento a la formación de los aprendizajes y las competencias de los jóvenes porque había que concluir el semestre ubicando en el contexto temporal, se inició con esta decisión del plan de continuidad académica, lo tuvimos que elaborar en menos de una semana y para el 25 de abril ya se estaba implementando; entonces el propósito fue ese asegurar la continuidad de las actividades académicas y las clases a los jóvenes de prepas y licenciaturas, posgrado y el otro era concluir satisfactoriamente el semestre en aquel momento febrero-julio que fue la primera etapa del plan de continuidad y la segunda etapa de igual manera diseñar nuevas estrategias implementar y concluir el semestre Agosto 2020, enero 2021; ese fue el propósito y los alcances del plan de continuidad y con ello mantener de manera sostenida el desarrollo y fortalecimiento de las distintas funciones sustantivas de la universidad y seguir impactando como la universidad traía su ritmo y vaya que lo hizo, entre otros logró el laboratorio que se instaló entre otras acciones, que fueron 10 acciones que están numeradas, pero ese fue el propósito central la continuidad.*

P2.- ¿Cuáles fueron las características del plan de continuidad académica que permitieron la capacitación a los docentes y el aprendizaje en línea de los estudiantes?

R: *Fue primero en dividirlo en dos etapas una para atender el semestre en ese momento en el que estábamos abril hasta junio y de entrada una característica central era capacitar a todos los docentes y estudiantes para el manejo esencial de algunas herramientas en línea y también la didáctica correspondiente porque nos agarró de bajada la pandemia y entonces nos orilló a eso, y pues eso nos ayudó mucho para que tuvieran cuando menos las competencias esenciales, se tomó la decisión de trabajar con Google Education y de ahí centralmente con Google Classroom, ofimática de Google, Google drive, formularios y así empezamos, de manera central y ya en la segunda etapa que fue la otra característica del plan era el siguiente semestre que comenzábamos ya hacerlo con más sistematicidad del proceso de diseño, implementación y evaluación de esta parte del plan.*

P3.- ¿Qué herramientas digitales dio a conocer y otorgó la UAGro a los docentes y estudiantes de nivel superior para la enseñanza y aprendizaje a distancia?

R: *Fíjate que fueron semejantes tanto para media superior como superior las herramientas digitales que le llaman de la Web 2.0 que ayudan a crear espacios para el trabajo en línea y que ha permitido a los docentes y estudiantes generar sus actividades académicas sincronas como asíncronas que garantizaran el proceso de la continuidad de los*

aprendizajes en la contingencia sanitaria de la pandemia y las herramientas centrales que utilizamos fue Google Classroom, Google drive, ofimática de Google, formularios YouTube, la plataforma de zoom, meet, un poco el uso del manejo de los portafolios digitales entre otras que fue así la parte de trabajo inmediato cuando implementamos el plan de continuidad en Abril del 2020.

P4.- En la implementación del plan de continuidad académica ¿cuáles fueron las acciones que se establecieron en las 7 regiones para que los docentes dieran clases en línea?

R: Primero tener el diagnóstico que cada región no tenía las particularidades como las zonas más urbanizadas, por la falta de conectividad prácticamente, en la universidad tendríamos una conectividad en aquel momento del 30% y entonces en las regiones más alejadas la falta de conectividad era un problema, y entonces pues se implementó y tuvieron que ellos hacer el esfuerzo para con la difusión de los medios, redes, impresos, digitales en hacerles llegar a los directores a veces hasta en USB las estrategias y nos ayudó muchísimo para el proceso de implementación los comunicados que tuvimos que realizar firmados por el Rector de la universidad, donde ahí se establecen los lineamientos y acciones institucionales para el desarrollo del plan de continuidad y de manera paralela la capacitación eran generales y en donde se requería se daban algunas atenciones específicas, con conferencias o Webinars a directivos y docentes y en todo eso involucrado los estudiantes nunca se dejó de lado a ningún estudiante, entonces esas fueron las acciones concretas que nos ayudaron muchísimo, si queremos sintetizar aquí los comunicados institucionales firmados por el Rector donde se establecen los lineamientos porque había que convencer a los profes, y era esa parte de vencer la resistencia y entonces eso ayudó muchísimo en la difusión y también el papel de las autoridades como el Rector para el llamado a la comunidad universitaria a los profes, directivos, para implementar el plan y resultó en un primer momento un 80% respondió de manera favorable con esta estrategia.

P5.- ¿Cuál fue el medio donde dan a conocer el plan de continuidad académica UAGro en línea?

R: De entrada en la página oficial de la universidad ahí se instauró entre otros, luego en todas las redes sociales empezando por la del Rector, los funcionarios también tenemos que hacer la difusión del plan de continuidad y también en las distintas capacitaciones que se hacían el plan de continuidad era una entrada para que ellos lo conociera a reserva de que se les entregaba pero como luego sabemos que en esas prisas leer un documento de 15 cuartillas les era complicado se les presentaba en los distintos Webinars y capacitaciones a los docentes entonces si las redes hacen su papel pero no es lo mismo que cuando uno tiene ahí ya a los mil o mil quinientos profesores con los que se estaba trabajando en los Webinars pues presentarlos y quedaba aparte grabada todos los Webinars para disposición de ellos y cápsulas que se estuvieron utilizando.

Comunicación

P6: El plan de continuidad académica que se estableció en estudiantes y docentes de nivel superior ¿Que contenidos contribuyeron en los procesos de comunicación?

R: Los contenidos centrales que nos ayudaron muchos, vuelvo a insistir los comunicados del Rector porque ahí generamos las orientaciones generales de lo que debían hacer tanto

los profesores y directivos para la implementación del plan por un lado y por el otro lado para el desarrollo de las actividades de docencia, aprendizaje y actividades de evaluación y donde las tenías que orientar porque nos encontrábamos con el problema de que en qué plataforma se iban a abrir así como las aulas virtuales, entonces la universidad estableció un convenio con Google Education se hizo un convenio con ellos para usar la plataforma de Google Suites y todas las herramientas que facilitan estos procesos y eso nos ayudó muchísimo porque la universidad con sus propias plataformas no hubiera tenido la capacidad para sustentar todos los contenidos, trabajos que se realizaron, de entrada fueron los comunicados que orientaban y el plan de continuidad era un medio pero la parte importante siempre era la disposición de los profesores y donde iban alojar, entonces un 60% en el inicio trabajo en las plataformas y el otro lo realizó con medios que le eran familiares desde sus redes sociales que ellos manejaban, WhatsApp, correo o hasta aquellos que no tenían a veces uso de eso y lo tenían que hacer de manera muy tradicional hasta las llamadas telefónicas para buscar a los estudiantes de los lugares alejados donde no había conectividad en algunos casos. El 60% fue en las plataformas de redes sociales y para abrir las aulas virtuales Google Classroom.

P7.- ¿Qué estrategia se implementó para dar seguimiento al plan de continuidad académica mediante las redes sociales?

R: De entrada aquí era, que nos ayudó mucho el liderazgo y la fuerza que tenía el Rector y sus llamados por eso los comunicados que se elaboraron con relación al plan esos fueron los que abrieron la puerta y sensibilizar a los docentes para de ahí poder entrar todo el equipo de la dirección general de la educación media superior, todo el equipo de la UAGro virtual, de CTICs para que en ese sentido ya empezar con el proceso de implementación del plan, pero en ese sentido esa fue una de las estrategias centrales los comunicados institucionales hacia la comunidad universitaria, porque si bien eran llamados pero nos estaban señalando la obligación de atender este proceso en línea, que era el propósito central del plan de continuidad para garantizar la continuidad de las clases y entonces las redes hicieron su papel porque de ahí cada profesor y directivo tuvo que establecer lo propio para establecer la comunicación con sus estudiantes y desarrollar sus actividades y garantizar que las clases se mantuvieran ya no como antes que abarcaban todo el programa completo pero tenían que seleccionar los aprendizajes esenciales de cada programa y esas fueron de alguna manera las estrategias centrales de los contenidos la difusión de los comunicados del rector del plan, las redes sociales a directivos, repositorios que también se usaron propios de la UAGro virtual y de CTICs como los que se pudieron establecer en Google Classroom y cápsulas informativas que se tuvieron pasando.

P8.- ¿Cómo considera el proceso de comunicación mediado por las redes sociales en el plan de continuidad académica?

R: El proceso de comunicación mediado por las redes yo considero que si nos resolvió, nos ayudó muchísimo a resolver prácticamente el problema de trasladar las clases presenciales al trabajo en línea, como yo diría que fue de bueno a muy bueno el trabajo que se realizaron las redes sociales para establecer la comunicación entre directivos-profesores profesores-profesores profesores-estudiantes quienes son la parte más importante y entonces jugaron ese papel muy buen papel porque nos ayudaron mucho no solo para la difusión sino también para la implementación del plan y de las clases y también el logro de los resultados

y el impacto del mismo plan que permitió concluir los semestres anunciados, entonces fue de bueno a muy bueno.

P9.- ¿Alguna recomendación o comentario que desee agregar?

R: Bueno como recomendación, las lecciones que nos ha dejado la pandemia aprendimos mucho en este proceso, la pandemia nos dejó nuevos desafíos ¿por qué? porque la pandemia desnudo las limitaciones de la educación y nos mostró nuestros talones de Aquiles a irrumpir de manera drástica de clases presenciales a en línea entonces obliga a que los proceso formativos en las escuelas y luego el desafío de nuevos paradigmas emergentes que surgieron están demandando a las instituciones educativas, al sistema educativo nacional a los funcionarios, docentes, estudiantes reorientar, entonces nos cambió la vida en todos los sentidos y en esa recomendación es entender eso que ya no vamos a los momentos antes de la pandemia sino que tenemos que seguir formándonos y atender esta nuevas exigencias que ha puesto la pandemia y los paradigmas emergentes (estudiante, docentes funcionarios y el sistema educativo nacional) en lo que es la docencia, la investigación, la extensión, la vinculación con mucha responsabilidad social, atender eso, y también en los procesos de formación que ya van hacer diferentes por ejemplo hablamos de la modalidad híbrida aquí en nuestra universidad en la legislación se habla de la modalidad mixta, y eso prácticamente llegó para quedarse es una tendencia mundial, es un nuevo paradigma que está ahí y que lo tenemos que manejar como un desafío concreto y que ahora es una exigencia de todos los días, y en ese sentido debemos de situarnos a la vanguardia a la pertinencia que nos está exigiendo los nuevos tiempos por consecuencia de la pandemia. por ahora aprender mucho de las tecnologías, su uso responsable y también el uso de las redes pero a qué ir más allá de las tecnologías digitales ahora se está hablando del paradigma de la digitalización educativa, a que entender que es eso como es porque no es solo el manejo de tecnologías de la comunicación e información, va más allá tiene una postura filosófica, teórica y en ese sentido implica una pedagogía y una didáctica concreta para el trabajo que tenemos que hacer en el caso de la docencia y con el tema que estamos tratando.

Anexo 10

Transcripción de entrevista al Lic. Daniel Elizalde Saldaña jefe del departamento de Medios Alternativos de la UAGro

Continuidad académica

P1.- ¿De qué manera la Covid-19 ha incidido en los procesos de comunicación de la UAGro por medio del Facebook y el Twitter?

R: El Dr. Javier Saldaña a su primer periodo, él realizó esta área de comunicación digital, nosotros ya teníamos mucho trabajo hecho, no fue que nos haya agarrado de sorpresa, nosotros ya trabajamos en la información para la comunidad universitaria pero lo que sí logró destacar mucho fueron los eventos virtuales que se llevaron a cabo a través de la página de Facebook, por ejemplo cuando inició la pandemia se tuvo una sesión de preguntas y respuestas en ese momento con el Dr. Javier Saldaña y el Dr. Oscar del Moral director de Ciencias Químicas Chilpancingo, me parece que tuvo cerca de 400 a 500 preguntas que hicieron los usuarios, tuvo un alcance muy grande en reproducciones creo que más de 25 mil, y bueno desde ese momento se fueron haciendo estos eventos virtuales más comunes, lo que anteriormente no se hacía, quizás transmitimos en vivo pero solamente el evento en general no era como participaciones o que múltiples personas se pudieran conectar a la vez e interactuar con los usuarios, entonces de esa manera si vino a incidir la pandemia en las redes sociales de la universidad.

Bueno, entre Facebook y Twitter tenemos cerca de 85 mil seguidores y de esa manera pudimos llegar a una gran cantidad de usuarios de la comunidad universitaria que necesitaban cierta orientación en su momento porque si fue algo que a todos en su momento nos dejó con mucha incertidumbre sobre el proceso que iba a seguir, las redes sociales en ese momento fueron muy importantes porque desde ahí se comunicaba no sólo los mensajes del Rector en ese momento el Dr. Javier Saldaña, que nos daba a toda la comunidad cierta seguridad y estabilidad de nuestro futuro, pero también se mostraban estos eventos que se llevaron a cabo, como la apertura del plan de continuidad académica "UAGro en línea", junto con y es importante destacar con el canal de YouTube de UAGro virtual, ya que ellos realizaron mucho contenido por ejemplo: Webinar, capacitaciones, la Suite de Google herramientas digitales y ellos también en parte fue muy relevante su participación, ya que nosotros comunicamos una parte del quehacer universitario en eso momento de las actividades que se llevaban a cabo, pero ellos fueron la infraestructura junto con el área de La Coordinación de Tecnologías de Información y Comunicación de la UAGro CTIC, área de educación de media superior y superior los que elaboraron estos contenidos más dirigidos a capacitar a docentes y estudiantes.

P2.- ¿Qué estrategia de uso de redes sociales institucionales de la universidad se implementaron en el desarrollo de la comunicación con los estudiantes y docentes de educación superior, para dar a conocer el plan de continuidad académica entre marzo de 2020 a agosto de 2021?

R: *Para comunicar el plan de continuidad académica, se utilizaron las plataformas de Facebook es de las más grandes que nosotros tenemos aquí en la universidad, ahí se transmitían los videos del Dr. Javier Saldaña, reuniones con la UAGro Virtual, con el Dr. de media superior y a través de ellos se podía informar sobre el seguimiento a las clases virtuales fueron muchas cosas en ese momento estábamos publicando videos mensajes de parte ellos, las transmisiones en vivo de eventos, hasta se llevó a cabo un examen profesional virtual el primero en la universidad, como te reitero es muy importante destacar la participación de la UAGro virtual en su página de YouTube hay alrededor de 30 videos que todos son sobre el uso de herramientas digitales, como abrir tu correo electrónico, me parece que en conjunto entre la comunicación y la capacitación se aseguró una transición hacia lo digital para los estudiantes y profesores, nunca se dejó a un lado el propósito de la universidad de formar estudiantes, cabe destacar por ejemplo los compañeros de tutorías elaboraron contenido alrededor de ayudar al estudiante en ser mejor alumno en clases virtuales fue un trabajo en conjunto con muchas áreas que ayudaron a implementar el plan de continuidad académica y hasta la fecha.*

P3.- *¿Cuáles son los contenidos del plan de continuidad académica más comunicados en el proceso de educación a distancia en línea en el periodo de los semestres de 2020-2021?*

R: *En lo personal creo que los que más se han destacado son las transmisiones en vivo, fue anteriormente se transmitía el evento en general, pero a partir de la pandemia y la digitalización de la universidades se han hecho más eventos en vivo, transmitiendo en vivo y a la vez interactivos, desde los mensajes que daban las autoridades, las capacitaciones en vivo por los expertos, conferencias a la comunidad universitaria, en su momento la transmisión en vivo entre Dr. Oscar del Moral y Dr. Javier Saldaña., que fue una experiencia muy interesante que fue la primera que se realizó de esa manera con el área de medios en conjunto con CTIC en organizar la transmisión que pudieran ellos a preguntas, fue algo muy interesante, también otro de los contenidos que más se utilizó en este proceso de comunicar el plan de educación en línea habían sido videos, en su momento para informar cómo íbamos desarrollando las clases en línea, sobre testimoniales de jóvenes me parece que recuerdo uno de una joven de Costa Chica, que aun con las dificultades que llevo esto de la digitalización motivaba a los jóvenes a seguir tomando clases y eso es muy importante porque al ver un ejemplo es decir ver una persona igual que tú, dices yo también puedo, videos, transmisiones en vivo y muchos de los diseños que se elaboraron del departamento de medios alternativos y diseño de la universidad para estar comunicando logros, cifras, frases que motivaban, comunicados por parte de las autoridades, esto nos ayudó mucho para mantener cierta seguridad sobre lo que estábamos haciendo en conjunto todos nos daba más seguridad, y esos contenidos.*

Comunicación

P4.- *¿Cuál fue el papel de las redes sociales (Facebook y Twitter) en la implementación de la continuidad académica en modalidad de educación en línea?*

R: *Bueno, en lo personal yo creo que la red social que mayor impacto tuvo en la implementación de este plan fue el YouTube, en los Webinars y capacitaciones que se dieron parte de la UAGro virtual, dieron otra capacitación y la estuve viendo un rato y estaban 8 mil estudiantes conectados y he visto otros videos de ellos y tienen 35 mil visualizaciones aparte de que son de fácil acceso no solo para la comunidad universitaria,*

sino para cualquier persona que esté buscando capacitarse yo creo que fue una estrategia muy efectiva y bueno anudando a eso, las redes sociales de Facebook y Twitter que nosotros manejamos también tuvieron impacto porque también por ejemplo en Facebook hace un año teníamos cerca de 60 mil hoy tenemos 80 mil a través de los contenidos que se publicaban podríamos alcanzar y tener un buen contacto con los universitarios que necesitaban esa información para su día a día, nosotros también compartimos los contenidos que hacía el equipo de la UAGro virtual, entonces en conjunto entre la capacidad de audiencia que tenía Facebook para nosotros y la calidad de contenidos que sacaba la UAGro virtual pudimos ayudar a implementar esta continuidad académica.

P5 A.- ¿Cuál ha sido la estrategia comunicacional central en el Facebook y Twitter con relación a la continuidad académica, que permitió la comunicación con la comunidad universitaria?

R: La estrategia que se tiene para comunicar en Facebook, Twitter, Instagram y en otras redes sociales en el fondo siempre ha sido cubrir las necesidades de los estudiantes a través de su vida de universitarios y esto se traduce en contenidos que son útiles para ellos no solo en el sentido del plan académico sino para ellos como personas por ejemplo en conjunto con el área de deportes se hicieron transmisiones en vivo de ejercicios en casa de Yoga de baile y también con junto con la escuela de nutrición se elaboró un video donde se mostrábamos que alimentos eran mejores para nutrirte y mejorar tu sistema inmunológico así también con la escuela de psicología se realizaron varios diseños de tips para cuidar la salud mental durante los lapsos de cuarentena que se vivían en ese momento así que en conjunto con estos materiales que tenían el propósito de servir como un acompañante al contenido que realizaba la UAGro virtual del plan de continuidad académica para que se sintiera más integral todo lo relacionado en ese momento de la pandemia, por ejemplo también en ese sentido sobre un video de la chica que no desistía a pesar de la falta de conectividad, lejanía de la comunicación que en su momento fue rara, entonces estos videos de motivacionales de jóvenes era muy importantes, este contenido a lo que me quiero dar a entender, quizás no fuimos la parte de comunicar la capacitación el cómo se iba a desarrollar este plan de continuidad académica, pero sí fuimos de la mano con ver las necesidades que en ese momento se vivieron en los estudiantes y que en conjunto con otras áreas se elaboró contenido que pudiera servirle a ellos.

P5 B.- ¿Cuáles han sido los elementos de dicha estrategia?

R: El tema del encierro fue algo que impactó mucho así que ahí se hacían estos diseños que se compartían constantemente, otra cosa que ayudó mucho es que en su momento se entrevistaba a especialistas que en su momento se realizaron varias cápsulas con el Dr. Oscar del moral, que él nos hablaba sobre el desarrollo en ese momento del COVID en México y en Guerrero, se hicieron tres videos sobre las fases que se mencionaron antes y se cubría la necesidad de estar informados por expertos de que en la universidad podría tener este vínculo y comunicación con expertos y comunidad, también el tema de cuidar el cuerpo, el estar sano a través del deporte en casa y la alimentación, la motivación de otros estudiantes de ver su perspectiva.

P6.- Facebook es una plataforma que puede usar diversos recursos digitales ¿Cuál fue la incidencia comunicacional del uso de estos recursos empleados en Facebook, para lograr

una interacción con el público interno y externo con relación al plan de continuidad académica?

R: Como recurso digital veo las transmisiones en vivo, ahí si fueron muy claves en estar teniendo esta retroalimentación con el público interno y externo porque a la vez que ellos en el momento podrían estar viendo y estar informados también dentro la comunidad de la universidad así también podrías estar comunicando a los medios a los actores externos de la sociedad de guerrero, y en su momento estos eventos virtuales tenían muy cautivos a los jóvenes, tiene que ver con la diversión que se necesita como joven, como el día del estudiante que se hizo un evento muy padre donde se regalaron detalles y bueno esta herramienta que te da Facebook de transmitir en vivo y comunicar en tiempo real y la parte de estar respondiendo mensajes si es muy importante y quizás la que más destacó durante esta pandemia, otra habría sido no solo en contenido sino en cuestión de comunidad los temas de grupos de Facebook porque estos tienden a mostrar (si tu estas dentro de un grupo y es de tu interés, se va a mostrar más que paginas a las que siguen, lo que se pretende con estos grupos es que se creen comunidades donde se comunican entre ellos) En ese momento de abril 2020 junto con compañeros del departamento de medios, realizaron unas implementaciones con una cuenta que se llama ayuda UAGro, si alguien ponía #Ayuda se le podía ir y responder en ese momento para tener una comunicación muy rápida con ellos, no solo rápida más bien directa y lograr esta interacción más que nada con el público interno, y estos recursos que te da Facebook la transmisión en vivo y grupos son los más importantes aparte de dejarte publicar contenido que ese bueno es ya es otro punto, porque el contenido es lo más importante, pero en este caso estas dos herramientas nos ayudaron a estar en mayor comunicación.

P7.- ¿Qué tipo de retroalimentación existió el Twitter con el público objetivo en relación al plan de continuidad académica en los periodos del semestre 2020-2021?

R: Retroalimentación en Twitter ha sido muy baja en el estado de guerrero en jóvenes entre de 16 a 24 años no se utiliza aunque es una de las herramientas más importantes, me parece que dentro de México primero esta YouTube, Facebook, Instagram WhatsApp y de ahí Twitter, y pues en ese sentido en rango de edad los más jóvenes no lo utilizan no es de su preferencia así que hubo muy poca retroalimentación quizás como público objetivo en el sentido de estar en comunicación con otras organizaciones como la ANUIES, me parece que había un convenio entre universidades para seguir el plan de continuidad, y ellos sacaban ciertos contenidos y nosotros lo deberíamos de replicar ahí en Twitter, yo veo que es lo que más hubo en Twitter pero para llegar a comunicar el plan de continuidad académica yo creo que ahí quizás faltó una estrategia más fuerte o implementar otras estrategias.

P8.- ¿Cuáles fueron los contenidos del plan de continuidad académica difundidos en el Facebook y Twitter que permitieron una comunicación bidireccional con el público interno?

R: Yo creo que de los contenidos publicados y difundidos que permitieron la comunicación bidireccional retomo la sección de preguntas y respuestas que se llevó a cabo en marzo del 2020, porque ese fue el primer ejercicio donde la máxima autoridad de la universidad estaba ahí respondiendo las preguntas por parte de la comunidad universitaria, por ejemplo cómo iba ser la transición a lo digital y bueno estaba Dr. Oscar del moral y el respondía temas relacionados a la pandemia sobre el COVID esa dinámica fue muy importante, también diría

que otro de los contenidos que permitieron la comunicación bidireccional tal vez haya sido en algunos video donde se estaba informando a través del ex Rector sobre las acciones de la UAGro que se estaban haciendo, estaban implementando desde las 10 acciones ante el COVID-19 y el plan de continuidad académica estos videos no solo comunicaban a través de lo que se decía sino que había conversaciones que se llevaban a cabo entre los mismo usuarios que se preguntaban y se les respondía ahí en los comentarios, del regreso a clases, esos contenidos son los que tuvieron más comunicación bidireccional con el público interno y el que estaba del otro lado, y quizás algunas transmisiones en vivo por ejemplo, creo que hubo en su momento algunas de eventos sobre el humo que hubo en Acapulco donde hubo un conversatorio y se respondía preguntas de los usuarios para responder sus dudas, recuerdo que tuvo buen impacto y salió en el periódico sobre esos temas más relevantes, que no solo fue una comunicación bidireccional sino que se amplió a otros medios.

P9.- ¿Alguna recomendación o comentario que desee agregar?

NO, SOLO AGRADECER

Anexo 11

Transcripción de entrevista al M.A. Tomas Iván Benítez Castro Coordinador de tecnologías de la información y comunicaciones de la UAGro

Objetivo: El propósito de esta entrevista es conocer desde la perspectiva del Coordinador de la coordinación de tecnologías de la información y comunicaciones de la UAGro, sobre los procesos de comunicación mediados por las redes sociales del plan de continuidad académica de la universidad en el marco de la pandemia de la Covid-19 en el nivel de educación superior.

Continuidad académica

P1.- ¿Cuál era el propósito central de la creación del plan académico “UAGro en línea”?

R: Bueno, el propósito central era desarrollar estrategias y acciones basadas en herramientas y aplicaciones digitales ofrecidas por la coordinación general de educación virtual en colaboración con otras dependencias de la UAGro como CTICs y organismos externos nacionales e internacionales para la recuperación y conclusión del semestre Febrero- Julio 2020 mediante la capacitación emergentes a docentes y estudiantes de los diversos programas educativos que oferta la institución.

P2.- ¿Qué estrategias se realizaron desde la coordinación de tecnologías de la información para dar a conocer o implementar el plan de continuidad académica “UAGro en línea” en docentes y estudiantes de nivel superior de la universidad?

R: Ante la contingencia sanitaria SARS-CoV-2 se realizaron capacitaciones en herramientas digitales para trabajar en modalidad virtual, con el propósito de disminuir el contagio y coadyuvar a la continuidad académica por medios electrónicos en cuanto a la capacitación de profesores se presentó una estrategia de capacitación para el personal docente a través del uso de las herramientas digitales que ayudará a los profesores a elegir alternativas de enseñanza con base en su práctica docente, para trasladarlas a un entorno virtual dando acompañamiento y evaluación permanente para impartir sus clases en modalidad a distancia dado que cada entorno de aprendizaje, tema y estilo de enseñanza es único para todas las áreas del conocimiento; el personal docente de la UAGro decidió la mejor estrategia de acción para un escenario específico dado, de igual manera se impartieron una serie de capacitaciones a los estudiantes de media superior y superior para el uso de recursos abiertos institucionales

P3.- ¿Qué características considera que han sido las fundamentales del plan de continuidad académica que han permitido una comunicación en Facebook y Twitter?

R: A través de la atención en línea, la difusión de las actividades en vivo de eventos virtuales como conferencias, coloquios, paneles virtuales, conversatorios y diálogos donde se realizaron preguntas y respuestas y capacitaciones.

P4.- ¿Cuáles fueron las herramientas digitales que brindó la universidad ante el plan de continuidad académica “UAGro en línea” a docentes y alumnos de nivel superior de la UAGro?

R: Se brindaron diferentes alternativas, las cuales pudieron ser útiles tanto para nivel medio superior como superior, entre las que puedo mencionar son Google Education que es una serie de herramientas de Google que pone a disposición de los docentes para que puedan generar unidades de aprendizaje, agilizar las tareas administrativas y desafiar a sus estudiantes a pensar de manera crítica, todo sin interrumpir los flujos de trabajo actuales, Google Classroom que este recurso le permite a los docentes agilizar las tareas e impulsar la colaboración y orientar la comunicación, estos pueden crear clases virtuales, asignar tareas enviar comentarios y ver toda la información en un mismo espacio, además Classroom se integra a la perfección con otras herramientas de Google, como documentos, en Drive, en este caso que es una aplicación de espacio en la nube que permite a docentes guardar sus archivos de forma segura, abrirlos y editarlos desde cualquier dispositivo o móvil también se le ofreció la ofimática de Google en la cual Google pone a disposición de los docentes un conjunto de herramientas como son: el procesador de texto, la presentación electrónica, la hoja de cálculo, las cuales nos permiten trabajar en línea y de manera colaborativa con los estudiantes y de igual manera los formularios de Google esta aplicación permite a los docentes planificar eventos, crear y enviar formularios, cuestionarios para nuestros estudiantes, así como recolectar datos de manera fácil y rápida también se ofreció la parte de YouTube desde una perspectiva académica es una plataforma de videos que le permite al docente subir contenido a un canal propio e interactuar con sus estudiantes, la plataforma de zoom bueno es un sistema de videoconferencia en la nube que permite al docente crear una reunión virtual con sus estudiantes, esta no solo ofrece llamadas a través de videos sino que permite escribir mensajes y compartir cualquier archivo con los demás usuarios.

Comunicación

P5.- ¿Cuál considera que fue el papel fundamental del Facebook y Twitter para dar a conocer el plan de continuidad académica de la universidad?

R: El uso de estas redes sociales en las instituciones educativas han facilitado la comunicación y el aprendizaje colaborativo, también han introducido nuevas formas de trabajo entre los docentes y estudiantes en los procesos de formación.

P6.- ¿Qué estrategia se llevó a cabo en dar a conocer las etapas del plan de continuidad académica UAGro en línea?

R: Principalmente a través de la difusión de estas etapas vía correo electrónico institucional y en redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube, el portal oficial de la UAGro.

Anexos en línea sobre los resultados



CARPETA DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

LINK:

<https://drive.google.com/drive/folders/1jQHAPyV5vm1H5JPorN2RVCqISQH0rgm?usp=sharing>



CARPETA DE RESULTADOS ENCUESTAS A DOCENTES

LINK:

https://drive.google.com/drive/folders/1L99ibdPUc0RnZTSR9VuUwzC_kf5JzxqA?usp=sharing



CARPETA DE RESULTADOS ENCUESTAS A ESTUDIANTES

LINK:

<https://drive.google.com/drive/folders/1P3pq9j96FSRYx3zw8ycGzRqK99wlvvedS?usp=sharing>



CARPETA DE RESULTADOS DE ENTREVISTAS

LINK:

<https://drive.google.com/drive/folders/1BzISerLxPZo7GFEu1u5EBqNq31Pn-F-W?usp=sharing>



CARPETA DE RESULTADOS GENERALES

Link:

<https://drive.google.com/drive/folders/1FqOVocXvepxQRKhBN8z6uXiHTOpe7IOs?usp=sharing>

Anexo 12

Formularios de docentes y alumnos de forma virtual

(Formulario Docentes)

Sección 1 de 3

Procesos de comunicación mediado por las redes sociales del plan de continuidad académica en tiempos de Covid-19: El Caso de la Universidad Autónoma de Guerrero entre 2020-2021

Este cuestionario tiene como finalidad conocer la percepción de los procesos comunicativos que se realizaron por medio de Facebook y Twitter oficiales de la Universidad en la implementación del plan de continuidad académica realizada en el marco de la pandemia de la Covid-19 en el nivel de educación superior de la UAGro.

Datos de Identificación

Descripción (opcional)

P1.- Edad

Texto de respuesta corta

P2.- Sexo

1. Masculino

2. Femenino

(Formulario Alumnos)

Sección 1 de 4

Procesos de comunicación mediado por las redes sociales del plan de continuidad académica en tiempos de Covid-19: El Caso de la Universidad Autónoma de Guerrero entre 2020-2021

Este cuestionario tiene como finalidad conocer la percepción de los procesos comunicativos que se realizaron por medio de Facebook y Twitter oficiales de la Universidad en la implementación del plan de continuidad académica realizada en el marco de la pandemia de la Covid-19 en el nivel de educación superior de la UAGro.

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 4

Datos General del Alumno

Descripción (opcional)

P1.- Edad (En años cumplidos)

Texto de respuesta corta