

COMPORTAMIENTO DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN LAS REDES SOCIALES COMO PARTE DE SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL

BEHAVIOR OF THE MINISTRY OF HIGHER EDUCATION ON SOCIAL NETWORKS AS PART OF ITS DIGITAL TRANSFORMATION

Reynaldo Velázquez Zaldívar. vmrvz@mes.gob.cu, Ministerio de Educación Superior, Cuba, Doctor en Ciencias Técnicas. Viceministro.

Edgar Nuñez Torres. enunez8609@gmail.com, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba, Máster en Informática para la Gestión Medioambiental.

Emilio Enrique Guerra Castellón. emilito042@gmail.com, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba, Estudiante de pregrado.

Resumen

Las redes sociales son herramientas que nos dan la oportunidad de mantener una comunicación constante, teniendo acceso a la información en tiempo real y sin importar las distancias. El empleo de las mismas en la educación superior, ha facilitado la comunicación y el aprendizaje colaborativo y ha introducido nuevas formas de trabajo entre los profesores y estudiantes. Este impacto es claramente visible en las universidades donde internet y el resto de las tecnologías de la información y las comunicaciones, están configurando un nuevo entorno competitivo en los centros de educación superior. El presente trabajo presenta un análisis sobre la utilización de las redes sociales (Facebook y Twitter) del Ministerio de Educación Superior (MES). El mismo se hizo realizó haciendo uso de la herramienta buzzsumo, arrojando resultados satisfactorios.

Palabras claves:

Transformación digital, Redes sociales, Ministerio de Educación Superior

Abstract:

Social networks are tools that give us the opportunity to maintain constant communication, having access to information in real time and regardless of distances. Their use in higher education has facilitated communication and collaborative learning and has introduced new ways of working between professors and students. This impact is clearly visible in universities where the Internet and other information and communication technologies are shaping a new competitive environment in higher education institutions. This paper presents an analysis of the use of social networks (Facebook and Twitter) of the Ministry of Higher Education (MES). It was carried out using the buzzsumo tool, yielding satisfactory results.

Keywords:

Digital transformation, Social networks, Ministry of Higher Education

Introducción

El compromiso de la comunidad científica y académica de la institución emergió de manera inmediata y todas las miradas apuntaban a un núcleo: el despliegue educativo

de la virtualidad como alternativa de formación. Poner miras en el desarrollo actual de las tecnologías de la información y la comunicación no constituía en sí mismo una novedad, pero su utilización para el afianzamiento de la virtualización educativa de cara al desarrollo de los procesos universitarios, resultó una verdadera sacudida a las concepciones y formas de trabajo convencionalmente refrendadas por la entidad. Por vez primera, el núcleo del discurso pedagógico de la Universidad se centró en el análisis comparativo de las plataformas educativas, las potencialidades de las redes sociales en la educación superior, los entornos educativos virtuales y su posible influjo en la vida académica, los paralelismos y las especificidades de las tecnologías y las modalidades de enseñanza. Esos y muchos otros tópicos relacionados con la virtualidad, son hoy preocupaciones fundamentales y áreas de trabajo común de instancias y actores universitarios. (Laurencio Leyva, Velázquez Ávila, Garcia Martinez, & Peña Cruz, 2022, p. 3)

Debido a los cambios que están dando en la sociedad a causa de la globalización, las instituciones educativas en particular las de nivel superior hablan de mejorar la educación proponiendo nuevas estrategias de enseñanza aprendizaje que mejore la calidad educativa cualquier área del conocimiento. Las propuestas son integrar nuevas tecnologías que ayuden a los profesores a mejorar su práctica docente y a los estudiantes a mejorar las formas de aprendizaje. En la actualidad los profesores y alumnos universitarios se apoyan de la tecnología para exponer y recibir información, compartir conocimiento, y crear grupos de trabajo que fortalezcan sus vínculos con su entorno por la vía de la comunicación, pero solo son recursos complementarios no un medio de enseñanza. (Dionicio Zacarias, Jiménez, & Salgado, 2015)

La revolución tecnológica, al ser un fenómeno que está impactando en todos los ámbitos de nuestra vida diaria, no resulta extraño que hablemos de transformación digital en la educación y de cómo la tecnología se está convirtiendo en un facilitador del aprendizaje y en una herramienta esencial para transmitir conocimiento. (Mero et al., 2021, p.247). Esto implica la visión de un mundo digital, al que la universidad ha abierto ya sus puertas, pero donde aún queda camino por recorrer. (Cueva Gaibor, 2020, p.484)

Uno de los elementos a tener en cuenta en la transformación digital es el uso de las redes sociales (RR. SS). En el ámbito de la educación superior, han tenido un impacto significativo en la forma en que los estudiantes, los profesores y las instituciones educativas interactúan y se comunican.

De este modo Robles Vega, (2022, p. 3) plantea que pueden ser utilizadas como ventaja competitiva para trabajar en forma colaborativa, ya que son plataformas gratuitas y accesibles a través de internet, que favorecen la motivación y el interés de los estudiantes en el momento de buscar estrategias que beneficien en su aprendizaje, además, abren una cantidad de posibilidades para el trabajo académico con los estudiantes y, a su vez, se han convertido en una de las formas de interacción más usadas por los estudiantes. Sin embargo, Astudillo Torres & Chévez Ponce, (2013, p. 34) acota que, desde el punto de vista pedagógico, estas herramientas no son consideradas dentro de la llamada tecnología educativa debido a que no fueron creadas para promover la enseñanza y el aprendizaje.

Es una herramienta valiosa para la educación superior, pues le permiten a los estudiantes y a los profesores conectarse y colaborar en línea, compartir información, comunicarse con los estudiantes y mantenerlos informados sobre las últimas noticias y eventos, discutir variados temas y establecer contactos profesionales. Además, pueden ser utilizadas por las instituciones educativas para promocionar sus programas y atraer a nuevos estudiantes. No obstante, existen algunas preocupaciones en torno al uso de las redes sociales en la educación superior. Los estudiantes y los profesores deben ser conscientes de los riesgos de privacidad y seguridad asociados con el uso de las mismas, y deben tomar medidas para proteger su información personal y evitar el acoso en línea. Algunos críticos argumentan que pueden ser una distracción para los estudiantes y pueden interferir con su capacidad para concentrarse en sus estudios.

En las universidades cubanas a causa del cierre de las entidades educativas por la pandemia COVID-19, se observa un fuerte trabajo en cuanto al uso de las RR.SS como parte de la transformación digital. El Ministerio de Educación Superior (MES) de Cuba se mantiene al tanto de la transformación digital para ofrecer una educación, mucho más eficiente, personalizada, adaptada a las necesidades reales y al entorno tecnológico de hoy. El MES tiene presencia en casi todas las RR. SS, posee infraestructura tecnológica aceptable y en consecuencia su conectividad también lo está. Los funcionarios, trabajadores e instituciones que pertenecen a dicho ministerio tienen interés por el tema y conocen sobre el uso de las mismas. Se aprovecha eficientemente el uso de las redes sociales y por consiguiente esto repercute en los resultados finales. Es uno de los ministerios que mejor gestiona sus RR.SS, aunque hay que señalar que las que más se utilizan es Twitter y Facebook (ahora Meta). Por tanto, este trabajo tiene como objetivo realizar un análisis de dichas redes sociales durante los últimos seis meses hasta la fecha.

Desarrollo

Red Social Facebook

Creada por Mark Zuckerberg en 2004, Facebook pasó rápidamente de ser una herramienta para los estudiantes de Harvard a convertirse en la red social con mayor número de usuarios del mundo. El proyecto se vio posteriormente ampliado con adquisiciones de la talla de Instagram o WhatsApp y ha gozado durante el último decenio de un éxito sin parangón. En octubre de 2021, la compañía comunicó el cambio de su nombre por el de Meta. Con ello, dejaba entrever la intención de Facebook de centrarse en lo que considera es el siguiente paso de las tecnologías en la red: el metaverso. A nivel general, ni el nombre ni el funcionamiento de Facebook y el resto de aplicaciones se ven afectados, pero ahora se sitúan bajo el paraguas de Meta (Fernández, 2023).

Red Social Twitter

Twitter nació en el año 2006 y se convirtió en una de las redes sociales más importantes de los últimos tiempos. Actualmente, el uso de las redes sociales abarca a distintas generaciones de usuarios y forman parte de nuestro día a día. Una de las que cobró una gran relevancia fue Twitter, que se convirtió rápidamente no sólo en un espacio para el

ocio, sino que también se comenzó a utilizar como una plataforma para difundir noticias y acontecimientos relevantes para todo el mundo. Su inicio se remonta al 21 de marzo de 2006, cuando fue lanzada esta plataforma por sus creadores Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone y Evan Williams. De hecho, fue justamente Jack Dorsey quien realizó el primer tweet de la historia, cuando puso el mensaje “just setting up my twttr”, que en español significa “simplemente configurando mi Twitter”. A partir de allí, su popularidad fue creciendo exponencialmente, y, actualmente, Twitter cuenta con más de 192 millones de usuarios activos al día que producen, aproximadamente, 9.400 tweets por segundo. De esta manera, logró posicionarse como una de las redes sociales más utilizadas alrededor del mundo (Capacitarte, s.f.)

Herramienta de análisis de redes sociales: Buzzsumo

Afortunadamente, existen herramientas gratuitas que las organizaciones cubanas pueden utilizar para analizar sus redes sociales y mejorar su estrategia de posicionamiento. Estas herramientas son fáciles de usar y proporcionan información valiosa sobre el comportamiento de los usuarios en las redes sociales. Unas de estas herramientas es Buzzsumo.

Es una herramienta que posibilita crear, de manera inteligente, el mejor contenido a partir de recursos que permiten: descubrir cuáles contenidos son más compartidos; rastrear marcas, la competencia y backlinks; identificar influencers y enlaces compartidos por ellos; generar informes de análisis por asunto y otros filtros. De esta manera, Buzzsumo ofrece las herramientas necesarias para garantizar que el contenido se destaque, genere engagement y sea compartido. También puede ayudar a aumentar la autoridad del sitio, así como analizar backlinks y los de la competencia con el objetivo de mejorar posición en los motores de búsqueda. Nuevos contenidos son publicados a diario, como consecuencia de esta alta demanda, se generan problemas en el momento de acompañar sus resultados y saber cuáles pasos son necesarios para optimizar las estrategias digitales. (Redator Rock Content, 2019)

Análisis de las redes sociales en MES

Como se expresó anteriormente unos de los elementos a tener en cuenta en la transformación digital es el uso de las redes sociales de internet. En el MES se cuenta con varias de estas, ejemplos de estas son las que se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Redes Sociales del MES

Red Social	Subscriptores
Facebook	14000
Instagram	1363
YouTube	164
Telegram	1020
Twitter	43 976

Unas de las RR.SS que más se explota en el MES es Facebook. Para este trabajo que se presenta se analizaron 1228 publicaciones desde diciembre de 2022 hasta junio de 2023, donde existe un compromiso total¹ de 48392 y un promedio de 39.

Durante este período se puede observar (figura 1) como se comportaron las publicaciones y el compromiso, quedando reflejado que el mes de mayor publicación fue en mayo de 2023 con un total de 242 publicaciones con un compromiso de 9135 y el de menor fue diciembre de 2022 con 102 posts.



Figura 1. Compromiso estimado y publicaciones publicadas con el tiempo.

La publicación con más compromiso y comentarios fue la realizada el 3 de enero de 2023, expresando el fallecimiento del Ingeniero Eléctrico, Leonides J. Cárdenas.



La publicación con más likes fue la publicada el 23 de marzo de 2023, donde dan el pésame a los familiares y amigos cercanos del actor Rubén Breña por su fallecimiento.



¹ El compromiso de Meta es la cantidad de veces que las personas interactúen con una publicación a través de Me gusta, reacciones, acciones compartidas y comentarios.

La publicación con más acciones compartidas fue la que publicaron el 4 de marzo de 2023, en la que hacen un homenaje a la mujer cubana con vistas al 8 de marzo.

Seleccionar página

	Reacciones	Le gusta	Comentarios	Acciones	Compromiso
 <p>La mujer Cubana es una guerrera de todos los tiempos, mujer y madre ejemplo, que con su amor y ternura puede curar cualquier corazón. #CubaVive.</p> <p>https://www.facebook.com/CubaMES/photos/a.562305520567306/2853207008143801/?type=3</p> <p> Cubames - 4 marzo 2023</p>	23	159	26	343	551

En la figura 2 se presenta el compromiso promedio que se produjo en cada día de la semana en la RR.SS Facebook. Se puede apreciar que el mejor día para publicar es los miércoles y que las publicaciones tienen un compromiso total de 43. Por otra parte, la figura 3 muestra como los diferentes momentos pueden afectar el compromiso en la red social. Se puede estimar que la mejor hora para publicar es a las 18:00hr ya que las publicaciones tienen un compromiso promedio de 119 mientras que las que se publican entre las 04:00 y 05:00 hr no tienen compromiso (momento no recomendable para hacer posts).

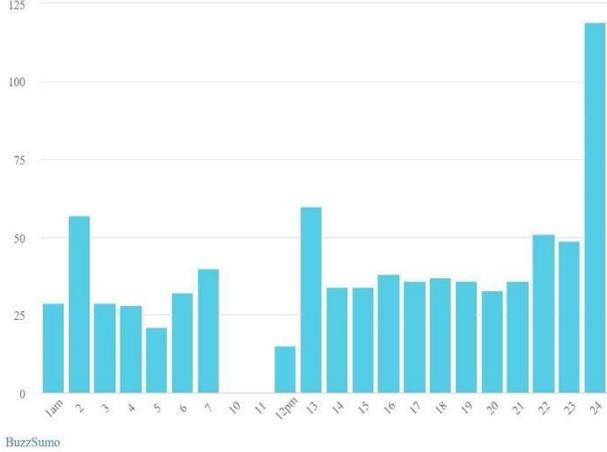
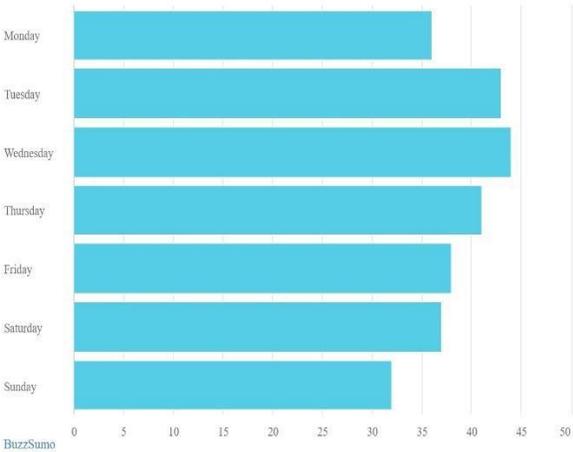


Figura 2. Compromiso promedio por día publicado. Figura 3. Compromiso promedio por tiempo publicado.

Por último, se analizó las reacciones al contenido que se publica (figura 4) y que la gran mayoría ama las publicaciones, pues se recolectaron 3.8K reacciones, de esa cantidad el 64% fue Amor. También cabe resaltar que hay un 33% de triste, una cifra que indica que gran cantidad de publicaciones causaron un impacto emocional en las personas.

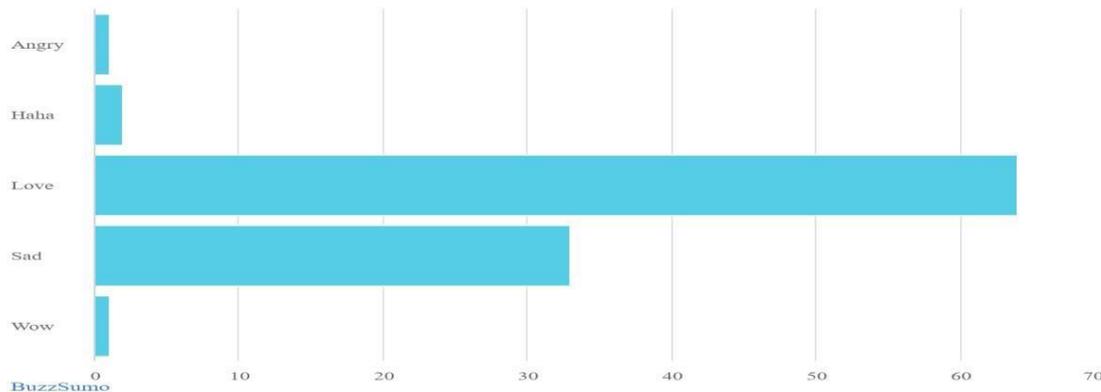


Figura 4. Reacciones.

Por otra parte, se realizó una búsqueda de los principales influencers² del MES en la red social Twitter para conocer las personas y/o instituciones que más influyen en el compromiso de las publicaciones. La figura 5 muestra la relación correspondiente de los que más contribuyen en cuanto a este parámetro asociando el dominio @CubaMes. Vale destacar, que el viceministro Dr.C. Reynaldo Velázquez Zaldívar es otro de los funcionarios con mayores seguidores, pero no aparece en la relación mostrada pues su cuenta no está asociada con @CubaMes. Este resultado no solo se limita a esta red social, sino que también incide en Facebook debido a la gran cantidad de seguidores que alcanzan estos funcionarios.

<input type="checkbox"/> Seleccionar página	Autoridad de página	Autoridad de dominio	Seguidores de Twitter	Ratio de retweets	Proporción de respuesta	Promedio de retweets	
<input type="checkbox"/>  MES Cubames Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba	-	-	44K	35%	1%	0.0	 
<input type="checkbox"/>  Walter Baluja García walterbg_mes mes.gob.cu Ministro de @CubaMes	48	74	5,5 mil	0%	0%	0.0	 
<input type="checkbox"/>  Universidad de Las Tunas UltCuba ult.edu.cu Cuenta Oficial de la Universidad de Las Tunas (ULT), perteneciente al Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba @CubaMES #SomosULT Compañía	38	39	4,2 mil	69%	0%	1.5	 
<input type="checkbox"/>  Denys Buedo Hidalgo dbuedo2018 mes.gob.cu Graduado y Profesor UCI. Director de Informatización del Ministerio de Educación Superior. Cubano, Fidelista y Martiano 100%. @universidad_ucl @CubaMES	49	74	1,2 mil	77%	8%	0.0	 
<input type="checkbox"/>  Alain Lamadrid lamadrid_79 mes.gob.cu Director General de Información, Comunicación e Informatización. @CubaMES Presidente de la Red Nacional de Investigación y Educación @RedunivCuba	49	74	793	46%	2%	0.3	 

Figura 5: Influencers del MES en la red social Twitter.

² Personas o páginas que tienen gran cantidad de seguidores en las redes sociales y que tienen la capacidad de atraer personas que reaccionen al contenido publicado a través de likes, comentarios y otras acciones.

Una vez concluido esta investigación se puede decir que la herramienta BuzzSumo analiza, evalúa y monitorea las páginas de Facebook e identifica los principales influencers de Twitter, contribuyendo a:

- Evaluar la efectividad de la estrategia de contenido y determinar qué tipos de publicaciones generan más engagement y participación de los usuarios.
- Identificar a los influencers y líderes de opinión y su colaboración con ellos para promocionar su imagen y aumentar su alcance.
- Monitorear y analizar la actividad de la competencia y comparar el rendimiento en línea.
- Identificar tendencias, temas populares y crear contenido relevante y atractivo para la audiencia.

Se recomiendan algunas soluciones a implementar para sacar el máximo rendimiento de las publicaciones en las RR.SS. en función de mejorar su posicionamiento:

- Después de analizar las RR.SS, se pueden identificar los contenidos más populares y crear contenido similar para generar más compromiso.
- Es importante considerar los horarios de mayor engagement para garantizar que más personas vean y reaccionen al contenido.
- Se recomienda publicar al menos una vez al día para mantener una presencia constante y comprometer a los seguidores. La calidad del contenido es más importante que la cantidad, es mejor publicar menos pero con contenido de alta calidad.
- BuzzSumo permite identificar tendencias y temas populares para crear contenido en línea con ellas, atraer seguidores, aumentar las comparticiones y, por lo tanto, lograr atraer una mayor audiencia.
- Es fundamental interactuar con los usuarios respondiendo a sus comentarios y mensajes de manera oportuna y profesional, lo que demuestra compromiso y valoración de su opinión. Asignar responsabilidades claras y establecer tiempos de respuesta ayuda a mantener una comunicación efectiva. La automatización de respuestas mediante chatbots con IA y respuestas predeterminadas ayuda a responder preguntas frecuentes de manera rápida y eficiente, liberando tiempo para responder a mensajes más complejos y personalizados.

Conclusiones

Es importante que se utilicen las redes sociales de manera responsable y se aborden adecuadamente las preocupaciones relacionadas con su uso. Al fomentar la usabilidad responsable y beneficiosa de las redes sociales en la educación superior, se puede aprovechar al máximo su potencial para mejorar la educación y la experiencia estudiantil.

Se obtuvo que la red social Facebook ha generado notables resultados como medio de comunicación para las actividades desarrolladas en el Ministerio de Educación Superior de Cuba y que en Twitter sus principales directivos están asociados e interactúan con la comunidad digital.

Referencias

- Astudillo Torres, M. P., & Chévez Ponce, F. (2013). Las redes sociales: un apoyo para docentes y estudiantes en el proceso educativo universitario. *Educación y Tecnología*(N° 04), 30 - 42.
- Capacitarte. (s.f.). Obtenido de Twitter cumple 16 años: ¿cuál es su historia?: <https://www.capacitarte.org/blog/nota/twitter-cumple-anos-cual-es-su-historia>
- Cueva Gaibor, D. A. (2020). Transformación Digital en la universidad actual. *Revista Conrado*, 16(77), 483-489.
- Dionicio Zacarias, J., Jiménez, Y., & Salgado, G. (2015). EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Acta Latinoamericana de Matemática Educativa*, (pág. 1704). Puebla.
- Fernández, R. (22 de 03 de 2023). *La red social Facebook (Meta) en el mundo - Datos estadísticos*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/temas/9060/la-redsocial-facebook-en-el-mundo/#topicOverview>
- Laurencio Leyva, A., Velázquez Ávila, R. M., Garcia Martinez, A., & Peña Cruz, Y. (2022). La virtualidad en la educación superior cubana: influjo del CEPES-UH en su desarrollo. *Revista Cubana de Educación Superior*, 41(1).
- Mero Suárez, C. R., Merchán Carreño, E. J., & Mero Suarez, K. V. (2021). Transformación digital en la nueva normalidad para la educación superior. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 14(4), 247-257.
- Pérez, M. D., Rodríguez Leyva, T., Águila Rivalta, Y., & Rodríguez Soto, I. (2020). Las redes sociales digitales aplicadas a la docencia y asistencia médicas. *Edumecentro*, 263.
- Redator Rock Content. (7 de 06 de 2019). *Buzzsumo: cómo utilizar la herramienta de buzz en tu estrategia de Marketing*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/buzzsumo/#:~:text=Buzzsumo%20permite%20que%20entiendas%20cu%C3%A1les,tambi%C3%A9n%20a%20los%20propios%20influencers>.
- Robles Vega, Y. (2022). *Beneficio de las redes sociales en la Educación Superior*. Universidad Católica de Trujillo, Trujillo. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/357781163>