



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del Título de:
LICENCIADO EN PERIODISMO

**"ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER Y SU INTERRELACIÓN SOCIAL
CON EL NOTICIERO 'CONTACTO EN LA COMUNIDAD' DE ECUAVISA, EN LA
PARROQUIA FEBRES CORDERO".**

TUTOR:

MG. EFRAÍN LUNA MEJÍA

AUTORES:

JORGE ANTONIO BOZA RAMÍREZ
DARWIN STALYN VILLACRÉS YUPA

GUAYAQUIL - ECUADOR

2011 - 2012

CERTIFICACIÓN DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guayaquil, 16 de Octubre de 2012

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado **"ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER Y SU INTERRELACIÓN SOCIAL CON EL NOTICIERO 'CONTACTO EN LA COMUNIDAD' DE ECUAVISA, EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO"**, ha sido elaborado por **JORGE ANTONIO BOZA RAMÍREZ** y **DARWIN STALYN VILLACRÉS YUPA**.

Bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el Tribunal Examinador que se designe al efecto.

TUTOR



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE PERIODISMO

HOJA DE CALIFICACIONES

El tribunal examinador, previo a la obtención del título de Licenciado en Periodismo, otorga al presente proyecto las siguientes calificaciones:

TRABAJO ESCRITO:	()
EXPOSICIÓN ORAL:	()
TOTAL:	()
EQUIVALENTE A:	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR (A) DELEGADO

PROFESOR (A) DELEGADO

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de esta tesis, nos corresponde exclusivamente a Jorge Antonio Boza Ramírez y Darwin Stalyn Villacrés Yupa, estudiantes de la Universidad Laica Vicente Roca fuerte, de la Facultad de Periodismo.

Jorge Boza Ramírez

Stalyn Villacrés Yupa

DEDICATORIA

Jorge Boza Ramírez

Dedico el presente trabajo, en primer lugar, a Dios y a la Santísima Virgen, pilares fundamentales en mi vida porque me brindaron su fortaleza para continuar. A mis padres, Rafael y Azucena, un soporte fundamental a lo largo de mi existencia. Gracias a ellos he podido concretar mis sueños y aspiraciones. Una mención especial para mi esposa Karina, mi hermana Pamela y mis hijas, Nahomy y Nicole, mis inspiraciones para seguir avanzando, sin claudicar ni rendirme ante cualquier adversidad. A todas ellas, muchas gracias.

DEDICATORIA

Stalyn Villacrés Yupa

Este sueño hecho realidad lo dedico con todo mi amor y cariño a Dios, quien me dio la oportunidad de crecer como persona y profesional. A mis padres, porque creyeron en mí y estuvieron a mi lado en mis triunfos y derrotas, ellos son y serán siempre ejemplo de superación y entrega, gracias a sus apoyos económicos y morales siempre pude escalar la montaña del éxito con menos dificultad; por eso es que hoy la palabra Teresa y Enrique se me hacen nombres tan sencillos de pronunciar ya que siempre llenan de orgullo mi hablar. También agradezco a mi Tía Rossana, quien desde el cielo se ha convertido en mi ángel guardián, gracias a ella tengo el anhelo de triunfo para mi vida. Gracias a todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional. Ni mil palabras bastarían para agradecerles.

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a todos los docentes que tuvimos en la Facultad porque aportaron con su granito de arena en nuestra formación académica, en especial al Mg. Efraín Luna Mejía, quien nos ayudó con la tutoría del proyecto. La Mg. Hortensia Carranza Rojas y el Lcdo. José Chica Pincay también nos ayudaron con sus conocimientos en la tesis, a ellos les estamos muy agradecidos.

**PRESENTACIÓN
DEL PROYECTO
DE
INVESTIGACIÓN**

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han constituido en una poderosa herramienta para las personas porque a través de ellas pueden comunicarse, de manera directa, sin importar el lugar donde se encuentren.

Precisamente, esa facilidad es una de las ventajas para que la información pueda llegar al destinatario, en cuestión de minutos.



- Imagen tomada del portal comocrearmiempresa.net.

Para los medios de comunicación, las redes sociales se han convertido en una importante herramienta porque la tecnología que tienen les permiten a estas empresas, dedicadas al manejo de la información, cumplir con una de las premisas que tiene el periodismo, que es la de informar a la brevedad posible.

Entre las principales redes sociales que están en auge se encuentra el Twitter, cuyo servicio es similar al de un microbloggin (mensajería breve) porque solo abarcan pequeños mensajes de texto, denominados tweets, con un máximo de 140 caracteres.

La ventaja principal que tiene el Twitter, en relación a las demás redes sociales, es la facilidad que tienen las personas para realizar comentarios en tiempo real sobre algún hecho en particular.

Un estudio realizado por el Grupo Alexa, en su portal en internet, ubicó a la red social Twitter entre los diez sitios web más visitados del mundo. Asimismo, en febrero de 2009, en el blog Compete.com se calificó a Twitter como la tercera red social más visitada basándose en el contenido de 6 millones de visitantes únicos y 55 millones de visitas mensuales.

Desde que Twitter ganó mayor popularidad, muchas celebridades, entre actores y personajes destacados, se unieron a esta red convirtiéndose en usuarios muy leídos y, por consiguiente, muy influyentes.



- Tweet del presidente de Perú, Ollanta Humala.

En Ecuador, existen más de 150 mil usuarios de Twitter, lo que evidencia el crecimiento que ha tenido esta red social.

Según datos proporcionados por el Ministerio de Telecomunicaciones, hasta el 2010 se ha registrado el 29 por ciento de la población nacional con acceso a una conexión de internet, y esta tendencia se mantiene al alza.

TEMA

"ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER Y SU INTERRELACIÓN SOCIAL CON EL NOTICIERO 'CONTACTO EN LA COMUNIDAD' DE ECUAVISA, EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO".

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las personas que no tienen acceso a la tecnología se ven impedidas de realizar una denuncia de tipo comunitario a través de las redes sociales, en este caso, del Twitter.

Este problema puede solucionarse con la implementación de una Central de Denuncias Comunitario. Un centro de cómputo, puede ser una institución educativa o un cyber en una determinada colectividad, que recepte las denuncias y las remita vía Twitter a la estación televisiva.

En ese sentido, la Escuela Fiscal No. 95 Adolfo H. Simmonds, ubicada en las calles Portete entre la 27 y la 28, será el actor social que se vincule en la propuesta. La directora de este centro de estudios, Fanny Tigreros González, indicó la importancia de que los padres de familia de la comunidad se sumen al proyecto.

Para ello, la funcionaria explicó que los estudiantes pueden ser el nexo para que los padres comprendan el derecho que tienen a vivir en una comunidad sin problemas ni carente de servicios. Esto se enmarca en el mandato constitucional del Buen Vivir. Otra alternativa que se planteó para llegar a las personas adultas fue a través de una encuesta.

Esto último sirvió para conocer qué porcentaje de la población comunitaria está de acuerdo con que en el sector exista un centro de denuncias. De eso dependerá la viabilidad de la propuesta.

OBJETIVOS

GENERAL

Demostrar la importancia que tiene la red social Twitter para servir de nexo entre el noticiero comunitario y la audiencia de un determinado sector.

ESPECÍFICOS

1. Determinar el grado de importancia que tiene esta vía para que las personas puedan presentar sus denuncias, de tipo comunitaria, y lograr que estas sean atendidas.
2. Comprobar que el noticiero comunitario es una ventana para que los servidores públicos observen los problemas que tiene un determinado sector y darles solución de inmediato.
3. Incorporar a esta nueva modalidad de quejas y denuncias ciudadanas un nuevo actor social, que ayude a las personas que no tengan facilidades para acceder a la red social Twitter.

JUSTIFICACIÓN

Con el desarrollo de nuevas tecnologías, los noticieros han encontrado en las redes sociales, especialmente en Twitter, una poderosa herramienta para conocer más de cerca las necesidades de las personas y atender de forma inmediata sus quejas, reclamos o denuncias.

Las personas buscan, a través de las denuncias por televisión, la solución de los problemas que le aquejan a su comunidad. Antes, solo se canalizaba esta ayuda por medio de vías tradicionales, como las cartas o las llamadas telefónicas.

Otro aspecto que se buscó establecer con el presente proyecto fue determinar la relación directa que tiene la red social Twitter con el rating del programa. A la audiencia le gusta sentirse escuchada y siempre se inclinará por el noticiero que cumpla con ese requerimiento.

Ante esta situación, la tendencia actual que prima en los noticieros comunitarios es la de poder interactuar con su público. Incluso, los periodistas han creado sus propias cuentas en Twitter para que la audiencia los siga. Esto, independientemente del noticiero.

El fenómeno Twitter les permite a los noticieros llegar a lugares muy distantes. Un ejemplo práctico fue lo que sucedió con el terremoto y tsunami que sufrió Japón, el 11 de marzo de 2011.

Gracias a la información en línea, los demás países ubicados a lo largo de la Costa del Pacífico pudieron estar alertas ante el fenómeno y emprender acciones preventivas para evitar sufrir las secuelas del tsunami.

A cada minuto, llegaban imágenes e informes de lo que ocurría en Japón. La mayoría de esa información provenía de personas que se comunicaban vía Twitter, lo que demuestra la importancia de esta red social.

El beneficio que otorga el Twitter es para las dos partes. Los noticieros obtienen un mayor nivel de sintonía, la cobertura es más amplia e indirectamente consiguen colaboradores (los espectadores) que le proporcionan la información que, antes, debía conseguirla el periodista.

Asimismo, la comunidad se favorece de esta red social porque obtiene respuestas inmediatas acerca de las necesidades que desea satisfacer.

En ocasiones anteriores, el comité que representaba al barrio o sector era el encargado de acudir ante la autoridad competente para que atiende su reclamo. Ahora, la noticia difundida se convierte en una denuncia pública que debe ser acogida, ya que el noticiero o el periodista, le hace el respectivo seguimiento.

La interrelación Noticiero-Comunidad es un vínculo más fuerte gracias a las ventajas que proporciona el Twitter y la retroalimentación entre ambos permite dar soluciones rápidas y concretas a los problemas.

El proyecto de investigación también tuvo como finalidad que los futuros periodistas tomen en cuenta el empleo de las redes sociales en su trabajo. No reconocer su importancia podría

repercutir negativamente en su campo laboral porque quedaría relegado en un medio donde la competencia por informar se da todos los días.

Los medios de comunicación no están exentos de esta sentencia. La tecnología forma parte de la vida cotidiana de las personas y eso debe ser aprovechado por los noticieros para captar más audiencia.

HIPÓTESIS

La red social Twitter en un noticiero que acoge denuncias, atiende y soluciona un problema, favorecerá el desarrollo comunitario / urbano marginal.

CONTENIDOS

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- 1.1 Planteamiento del problema
- 1.2 La necesidad situada en el contexto
- 1.3 Causa y efecto
- 1.4 Justificación
- 1.5 Objetivos de la investigación
 - 1.5.1 General
 - 1.5.2 Específicos
- 1.6 Evaluación del problema
- 1.7 Trabajo investigativo

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

- 2.1 Origen de las redes sociales
- 2.2 Estudio sociológico de las redes sociales
- 2.3 El Twitter en Latinoamérica
 - 2.3.1 Manejo del Twitter en Ecuador

2.3.2 El uso de la red social Twitter en un grupo determinado del sector: Desde las calles Letamendi hasta García Goyena y desde la 24 hasta la 29

2.4 Influencia del Twitter

2.4.1 Fundamentación económica

2.5 Hipótesis

2.5.1 Variables:

a. Independiente

b. Dependiente

2.6 Definiciones conceptuales

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

3.2 Muestra poblacional

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.4.1 Encuesta

3.4.2 Entrevista

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS Y RESULTADO

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

4.2 Cuadros estadísticos

4.3 Discusión y valoración

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

5.2 Recomendaciones

CAPÍTULO 6

PROPUESTA

6.1 Título: Inclusión de un actor social

6.2 Justificación

6.3 Sustentación de la propuesta

6.4 Objetivo de la propuesta

6.4.1 Objetivo general

6.4.2 Objetivos específicos

6.5 Descripción del centro de denuncias

6.5.1 Inclusión de la Escuela Adolfo H. Simmonds, ubicada en las calles Portete, entre la 27 y la 28, como un centro de denuncias, vía Twitter, para la comunidad.

6.5.2 Implementación del centro

- Recurso tecnológico
- Recurso financiero

8. METODOLOGÍA

PARADIGMA

El proyecto de investigación requirió de la aplicación de un modelo (paradigma) cuali-cuantitativo. Esto, debido a que los métodos que se emplearon, se complementan más de lo que se contraponen.

Con la recolección de datos, se pudieron establecer cuadros estadísticos, pero también era necesario que reflejen una realidad desde una reflexión crítica y sistemática.

MÉTODO

La investigación debe partir de un punto general, como son las redes sociales, hasta llegar a lo concreto, que es determinar la importancia de la red social Twitter para una comunidad. Por consiguiente, el método inductivo es el que se acopló al presente trabajo.

TÉCNICA

La recolección de datos para el trabajo de investigación se lo realizó de dos formas: Con encuestas y entrevistas.

INSTRUMENTOS

Para la encuesta se elaboró un cuestionario con cinco (5) preguntas, orientadas a determinar el conocimiento de la red social Twitter y su importancia. En las entrevistas, se habló con personas vinculadas con el tema.

RECURSOS

HUMANO

- Directora de la escuela fiscal No. 95 Adolfo H. Simmonds, Fanny Tigreros González.
- Grupo de censadores para recoger la información de campo.
- Sociólogos.
- Psicólogos.
- Expertos informáticos.
- Periodistas.
- Empresarios dedicados al suministro de internet.

TÉCNICO Y FINANCIERO

La propuesta del proyecto requirió del uso de materiales básicos, los que están contemplados con un presupuesto creado para el efecto.

Los recursos son hojas, impresiones, viáticos, transporte, pendrives. En el presupuesto estipulado se contempló los gastos que pudiera generar el levantamiento de la información de campo. Fue necesario tomar en consideración los imprevistos que surgieron durante el desarrollo del proyecto. Para ello, se estableció un fondo emergente que pudo cubrir esas eventualidades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2011 – 2012

El proyecto está contemplado para que se lo realice en seis meses (24 semanas). Cada unidad se desarrollará en tres semanas, tiempo que servirá también para que se realicen los correctivos que fueren necesarios.

**DESARROLLO
DEL
PROYECTO**

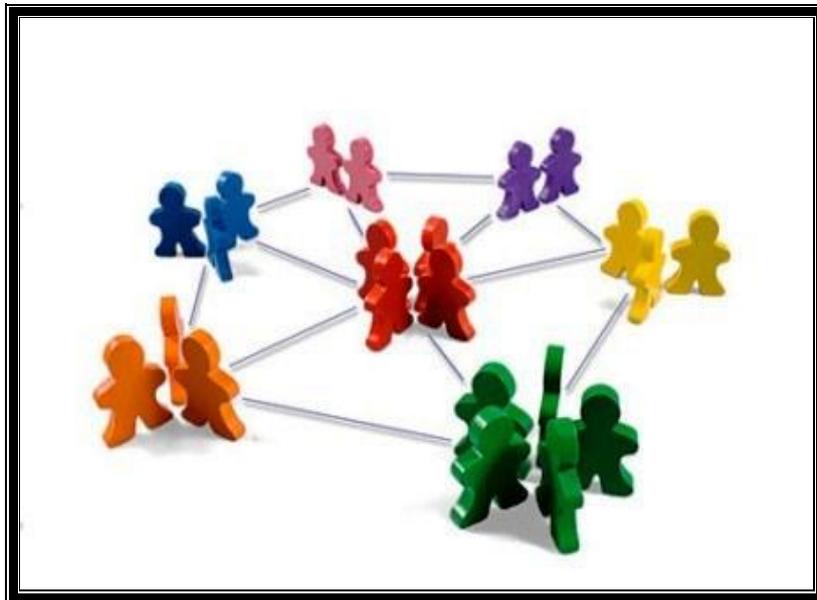
**CAPÍTULO I:
PLANTEAMIENTO
DEL PROBLEMA**

Planteamiento del problema.-

Un artículo de Jorge Enrique Mújica publicado en el sitio web www.Forumlibertas.com señala la importancia que han tenido las redes sociales en los últimos años y que su popularidad se debe al deseo fundamental que tienen las personas por interactuar con otras sin importar el lugar donde éstas se encuentren.

Las redes sociales, según Mújica, nacieron de una necesidad de comunicación, característica intrínseca de los seres humanos y que, con las nuevas tecnologías, dieron paso a un proceso de evolución, que permiten la participación y difusión de contenidos textuales, de imágenes y videos producidos por los usuarios.

De hecho, este tipo de plataformas constituyen lo que comúnmente se conoce como la web 2.0, término acuñado desde el 2004 y que sirve para diferenciarla de la web 2.1, donde el internet solo estaba relacionado con portales de consulta, permitiendo que el internauta sea un simple receptor de contenidos.



- Imagen tomada del portal emprendepyme.net.

A nivel mundial, las redes sociales son de mucha ayuda para las personas, sin importar el cargo que ocupen o la profesión que tengan. Hasta los jóvenes la utilizan, siendo este grupo el de mayor consumo.

Otro grupo que utiliza las redes sociales como una poderosa herramienta de interacción son los medios de comunicación. El avance de la tecnología ha obligado a estas empresas a innovarse, ya sea adquiriendo un sitio web, un correo electrónico o creando un perfil en las diferentes redes sociales que existen.

En ese sentido, en el Ecuador, la red social Twitter es la herramienta tecnológica más utilizada por los medios de comunicación dada su inmediatez en cuanto a la interacción con su respectiva audiencia.

Este fenómeno se ve con mayor frecuencia en los noticieros comunitarios, ya que estos tienen como objetivo interactuar con su público en la recepción de denuncias para, en el menor tiempo posible, resolver esas quejas.

Pero, ¿Por qué el Twitter? Esta red social tiene como principal ventaja brindar a los usuarios la facilidad de emitir comentarios en tiempo real. Es un tipo de mensajería breve (microbloggin) que no supera los 140 caracteres.

El nivel de audiencia de los noticieros comunitarios está supeditado a las denuncias o quejas que reciben a través del Twitter. De hecho, en el noticiero “CONTACTO EN LA COMUNIDAD”, que transmite de lunes a viernes la estación televisiva ECUAVISA, a las 08:00, existe un espacio destinado para este fin.

A través del Twitter, las personas esperan que sus problemas comunitarios se solucionen. Por ejemplo, si en un determinado sector no existe alumbrado público, el reportaje que realice el noticiero respecto a esta situación servirá para que la autoridad competente (en este caso, la Eléctrica de Guayaquil) acuda al sitio y resuelva el inconveniente.

En pocas palabras, el noticiero comunitario sirve de nexo entre la comunidad aquejada por alguna necesidad y la autoridad encargada de resolverla. Asimismo, la red social Twitter es el ‘puente’ de retroalimentación entre la audiencia y el programa de noticias.

Los noticieros comunitarios han proliferado en los últimos años. De hecho, las estaciones televisivas han implementado un espacio dedicado a receptor denuncias para hacer un llamado a las autoridades competentes. El objetivo: Dar rápidas respuestas a sus quejas.

Un estudio del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) hace referencia a los noticieros destinados a brindar servicios a la comunidad.

Según el informe, este formato nació bajo el llamado periodismo cívico en la década de los 90. En Estados Unidos hubo la necesidad de revivir el circuito comunicacional existente entre los medios y sus respectivas audiencias.

Este tipo de periodismo buscó separar la vieja línea funcional establecida por Harold Lasswell, cuyo esquema sobre el camino de la comunicación era: emisor-mensaje-receptor. Con este periodismo se reactivó el proceso de enunciación de la acción comunicativa, pues al involucrar al público como un actor real, se evidenció que el televidente era un ente dinámico con reacción y respuesta.

En Ecuador, los noticieros comunitarios son espacios diseñados para involucrarse directamente con los barrios, comerciantes o con personas comunes que hacen de las calles su campo de acción.

El estudio realizado por la CIESPAL determinó que la denuncia es el elemento que marca la relación directa que hay entre los periodistas y la comunidad. Los primeros asumen el rol de defensores de los ‘más necesitados’, son la voz de los que no tienen voz.

En cambio, los segundos aparecen como demandantes, cuyas querellas trascienden al escenario público a fin de reforzar el salvamiento de su problema. Los ‘querellantes’ exigen atención por parte de las autoridades pertinentes que, en este caso, vienen a ser los demandados.

Similar a como ocurre en los procesos judiciales, el demandante busca al mejor abogado para que lo represente. Asimismo se da en el ámbito de las noticias.

La comunidad o sector se sentirá más protegida o representada con aquel periodista que cuenta con credibilidad y que le dé rapidez a su reclamo o queja.

No obstante, existen algunos periodistas que, en su intento por defender a una determinada comunidad, se olvidan del uso adecuado de un lenguaje que garantice la protección de los derechos de las personas. Así lo determinó la CIESPAL.

El noticiero en la comunidad suele convertirse en una especie de Comisaría Pública a la que acuden las querellas más espeluznantes de la comunidad. Para unos medios de comunicación, la comunidad es aquella que demanda servicios públicos.

Para otros, en cambio, la comunidad se define como una sociedad de caridad y mendicidad, que requiere de cirugías, electrodomésticos, ropa, donaciones, comida, entre otros.

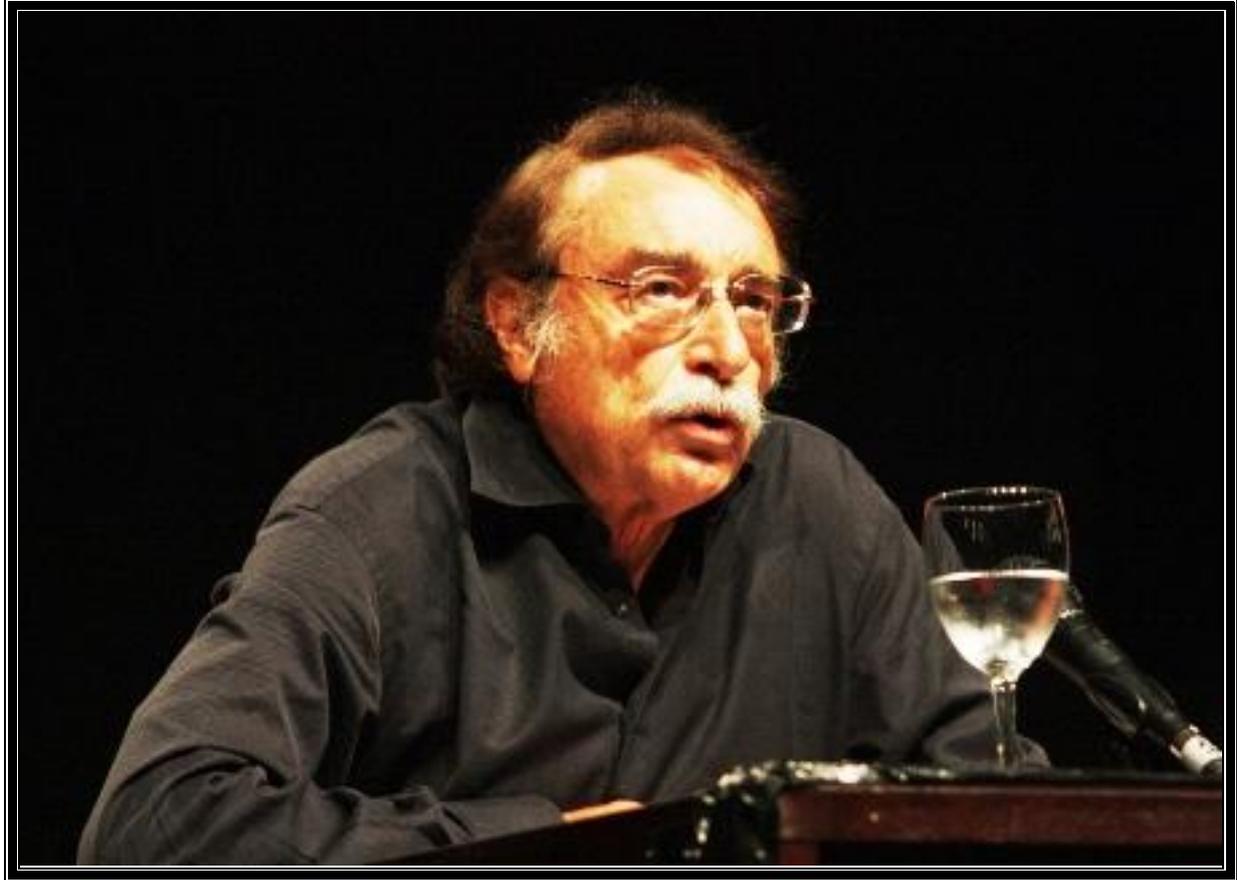
Sobre esto, el periodista español Ignacio Ramonet cuestionó su función aduciendo que estos medios buscan un rédito que va más allá del servicio a la colectividad. En su libro ‘La Tiranía de la Comunicación’, el comunicador recuerda que el show y el espectáculo son parte integral del comportamiento mediático para elevar el rating y, por supuesto, los ingresos económicos venidos del mercado y la publicidad.

Ramonet es una de las figuras principales del movimiento antiglobalización. Está radicado en Francia y, hasta el 2008, fue director del mensual *Le Monde Diplomatique* de París y del bimestral *Manière de Voir*.

En 1972 se radicó en París, donde se inició como periodista y crítico cinematográfico. Es doctor en Semiología e Historia de la Cultura por la *École des Hautes Études en Sciences Sociales* (EHESS) de París y catedrático de Teoría de la Comunicación en la Universidad Denis-Diderot. También es especialista en geopolítica y estrategia internacional, así como consultor de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Actualmente imparte clases en la Sorbona de París. Es cofundador de la organización no gubernamental *Media Watch Global* (Observatorio Internacional de los Medios de Comunicación) de la que es presidente.

En la actualidad, se dedica a la defensa de una gran variedad de causas de la izquierda política. Fue también uno de los promotores del Foro Social Mundial de Porto Alegre, en Brasil.



- Foto tomada de decaralapared.blogspot.com.

Ramonet es Doctor Honoris Causa de la Universidad de Santiago de Compostela, en España, de la Universidad Nacional de Córdoba, en Argentina, y de la Universidad de La Habana, en Cuba.

La necesidad situada en el contexto.-

Las denuncias dirigidas a través de la red social Twitter provienen, por lo general, de sectores urbanos marginales que buscan un desarrollo comunitario. Para la realización del presente trabajo de investigación se escogió la parroquia Febres Cordero, desde las calles Letamendi hasta García Goyena y desde la 24 hasta la 29.

El propósito es canalizar todas las quejas que tiene la colectividad para que las autoridades competentes se den cuenta de esas necesidades. La vía para este objetivo será el noticiero comunitario.

Como en todo sector, existen personas que no están familiarizadas con la tecnología, lo que hace suponer su poco interés por participar en este tipo de denuncias. Para ello, se buscará incluirlas a través de una propuesta innovadora, como lo es el Centro de Denuncias Comunitario.

Esto consistirá en la implementación de un local del sector que acoja las denuncias para remitirlas, vía Twitter, al noticiero. Las personas que no tengan mayores conocimientos de internet podrán acercarse a presentar su denuncia y así contribuir al desarrollo de su comunidad.

Este Centro, que puede ser una escuela, un cyber o una vivienda con acceso a internet; también servirá para que las personas hagan conciencia de que son los responsables directos de erradicar los problemas de su sector.

Causa y efecto.-

La solución de problemas de una determinada comunidad se enmarca en el Mandato Constitucional del Buen Vivir. Por tanto, la propuesta de un nuevo actor social (el Centro de Denuncias Comunitario) en el presente proyecto de investigación traerá como consecuencia precisamente lo antes citado: Que las personas hagan conciencia de que representan a una colectividad y, como tal, deben estar conscientes de que son los responsables directos de resolver los problemas que les aqueja. No deben esperar a que la autoridad correspondiente lo haga.

Justificación.-

Con el desarrollo de nuevas tecnologías, los noticieros han encontrado en las redes sociales, especialmente en Twitter, una poderosa herramienta para conocer más de cerca las necesidades de las personas y atender de forma inmediata sus quejas, reclamos o denuncias.

Las personas buscan, a través de las denuncias por televisión, la solución de los problemas que le aquejan en su comunidad. Antes, solo se canalizaba esta ayuda por medio de vías tradicionales, como las cartas o las llamadas telefónicas.

Otro aspecto que se busca establecer con el presente proyecto es determinar la relación directa que tiene la red social Twitter con el rating del programa. A la audiencia le gusta sentirse escuchada y siempre se inclinará por el noticiero que cumple con ese requerimiento.

Ante esta situación, la tendencia actual que prima en los noticieros comunitarios es la de poder interactuar con su público. Incluso, los periodistas han creado sus propias cuentas en Twitter para que la audiencia los siga. Esto, independientemente del noticiero.

El fenómeno Twitter les permite a los noticieros llegar a lugares muy distantes. Un ejemplo práctico fue lo que sucedió con el terremoto y tsunami que sufrió Japón, el pasado 11 de marzo de 2011.

Gracias a la información en línea, los demás países ubicados a lo largo de la Costa del Pacífico pudieron estar alertas ante el fenómeno y emprender acciones preventivas para evitar sufrir las secuelas del tsunami.

A cada minuto, llegaban imágenes e informes de lo que ocurría en Japón. Mucha de esa información era de personas que se comunicaban vía Twitter, lo que demuestra la importancia de esta red social.

El beneficio que otorga el Twitter es para las dos partes. Los noticieros obtienen un mayor nivel de sintonía, el nivel de cobertura es más amplio e indirectamente consiguen colaboradores (los espectadores) que le proporcionan la información que, antes, debía conseguirla el periodista.

Asimismo, la comunidad se favorece de esta red social porque obtiene respuestas inmediatas acerca de las necesidades que tiene.

En ocasiones anteriores, el comité que representaba al barrio o sector era el encargado de acudir ante la autoridad competente para que atienda su reclamo. Ahora, la noticia difundida

se convierte en una denuncia pública que debe ser acogida por la autoridad, ya que el noticiero o el periodista, le hace el respectivo seguimiento.

La interrelación Noticiero-Comunidad es un vínculo más fuerte gracias a las ventajas que proporciona el Twitter y la retroalimentación entre ambos permite dar soluciones rápidas y concretas a los problemas.

El proyecto de investigación también tiene como finalidad que los futuros periodistas tomen en cuenta el empleo de las redes sociales en su trabajo. No reconocer su importancia podría repercutir negativamente en su campo laboral porque quedaría relegado en un medio donde la competencia por informar se da todos los días.

Los medios de comunicación no están exentos de esta sentencia. La tecnología forma parte de la vida cotidiana de las personas y eso debe ser aprovechado por los noticieros para captar más audiencia.

En ese sentido y, a propósito del inicio de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, la cadena británica BBC firmó un acuerdo con Facebook para la transmisión de las competiciones deportivas, que se desarrollarán del 27 de julio al 12 de agosto. Este acuerdo supone el de mayor relevancia entre una red social y un canal de televisión internacional firmado hasta la fecha.

Esta aplicación se puso en marcha con la retransmisión de hasta seis partidos simultáneos a través de descarga directa del torneo de tenis de Wimbledon. Según el acuerdo, la BBC tiene previsto realizar 24 en directo simultáneas en Facebook, paralelamente a los canales convencionales de televisión.

La aplicación cuenta además con un chat para que los usuarios puedan compartir información o hacer comentarios sobre lo que están viendo.



- Foto archivo de la cadena NBC.

La realización de los Juegos Olímpicos de Londres 2012 es el pretexto ideal para que los medios de comunicación interactúen con su audiencia aprovechando los avances tecnológicos que ofrecen las redes sociales. En ese sentido y haciendo algo similar a lo que está realizando la BBC, la cadena estadounidense NBC pondrá en marcha un servicio de descarga directa de las competiciones olímpicas a través del portal YouTube.

Con esto se pretende satisfacer las necesidades de aquellas personas interesadas en seguir las actividades deportivas de Londres 2012. Se estima que los mercados no cubiertos por los derechos de televisión, que pertenecen a la NBC, superan los 77 países entre Asia y África.

Con el convenio, el portal YouTube ofrecerá más de 3.000 horas de deporte olímpico, sobre todo en todas aquellas disciplinas menores que no suelen ser parte de las transmisiones televisivas clásicas.

Objetivos.-

General.

Demostrar la importancia que tiene la red social Twitter para servir de nexo entre el noticiero comunitario y la audiencia de un determinado sector.

Específicos.

1. Determinar el grado de importancia que tiene esta vía para que las personas puedan presentar sus denuncias, de tipo comunitaria, y lograr que estas sean atendidas a la brevedad posible.
2. Comprobar que el noticiero comunitario es una ventana para que los servidores públicos observen los problemas que tiene un determinado sector y darles solución de inmediato.
3. Incorporar a esta nueva modalidad de quejas y denuncias ciudadanas un nuevo actor social que ayude a las personas que no tengan facilidades para acceder a la red social Twitter.

Evaluación del problema.-

La implementación de un Centro de Denuncias Comunitario demanda un costo. Por tratarse de un proyecto de investigación, el objetivo es dejar sentada las bases de lo que podría representar este local, en términos económicos.

A esto deberá sumarse otros aspectos como la infraestructura y el personal que estará a cargo. En pocas palabras, la idea es determinar la viabilidad del proyecto.

Por ello, se escogió un sector del Suburbio de Guayaquil, como la parroquia Febres Cordero. Si el Centro de Denuncias Comunitario cubre las expectativas, este podría multiplicarse en otros sectores tomando en cuenta todo lo que su implementación podrá demandar.

Para que los costos no sean elevados, se busca que el local donde vaya a funcionar el Centro de Denuncias Comunitario cuente con los implementos necesarios. Por ejemplo, una escuela que tenga un laboratorio de computación, un cyber o la casa de un vecino del sector que ofrezca su ayuda en beneficio de la comunidad.

La idea es que todos participen y que, con los recursos que cuenten, puedan organizarse para trabajar conjuntamente en beneficio de su sector. Este tipo de trabajo se enmarca en el Mandato Constitucional del Buen Vivir y también es otro de los aspectos que persigue el proyecto de investigación.

Trabajo investigativo.-

El proyecto de investigación requiere de la aplicación de un modelo (paradigma) cuali-cuantitativo. Esto, debido a que los métodos que se emplean, se complementan más de lo que se contraponen. Bajo este esquema se desarrollará el presente trabajo de investigación.

Con la recolección de datos, se podrán establecer cuadros estadísticos, aunque también será necesario que estos puedan reflejar una realidad, desde una reflexión crítica y sistemática. Esto permitirá obtener una apreciación cercana a la realidad de lo que se pretende demostrar en el proyecto.

Para ello, la investigación deberá partir de un punto general, es decir, desde las redes sociales hasta llegar a lo concreto, que es determinar la importancia de la red social Twitter para una comunidad. Por consiguiente, el método inductivo es el que se acoplará al presente trabajo.

La recolección de datos para el trabajo de investigación se lo realizará de dos formas: Con encuestas y entrevistas. Para el primero, se elaborará un cuestionario con cinco (5) preguntas, orientadas a determinar el conocimiento de la red social Twitter y su importancia.

En las entrevistas se hablará con personas vinculadas al tema. El comentario que viertan servirá para sustentar el trabajo de investigación y lo que se quiere demostrar con su aplicación.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

Origen de las redes sociales.-

En la actualidad, las redes sociales están consideradas como un moderno estilo de vida digital, ya que son formas de interacción social. En noviembre de 2001, se abordó este tema en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, durante las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector.

Allí se establecieron algunas ponencias respecto de las redes sociales. Se la definió como ¹“un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente, que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.

Otra definición para las redes sociales guarda relación con una sociedad, pero ²“fragmentada en minorías aisladas, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros”.

Pero, ¿Cómo nacen las redes sociales? El sistema en línea data de finales de la década de los 50. El presidente de los Estados Unidos en ese entonces, Dwight Eisenhower, dispuso la creación de una red de comunicación entre ordenadores, denominada Advanced Research Projects Agency (ARPA), en respuesta al primer satélite artificial (el Sputnik) que lanzó al espacio la desaparecida Unión Soviética. Cabe recordar que en ese tiempo estas naciones estaban enfrentadas en la llamada Guerra Fría.

El ARPA tenía la particularidad de ser un sistema descentralizado, es decir, estaba compuesto por varios ordenadores distantes geográficamente el uno del otro. Esta característica le confería el carácter de “indestructible” pues todos tenían el mismo nivel de importancia. En este sistema, moderno para la época, podía llegar a faltar una máquina sin que se viera afectada la mutua comunicación entre las restantes. Para 1973 se establecieron conexiones entre ordenadores de Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega.

¹ Redes sociales en internet <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

² Redes sociales en internet <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

Este antecedente de lo que actualmente es una red social solo se lo aplicó en el sector militar. Recién en 1983, el Departamento de Defensa de los Estados Unidos separó su red de ordenadores del ámbito militar al civil. En 1989, el científico británico del Laboratorio Europeo de Física de Partículas, Tim Berners-Lee, inventó la World Wide Web (www), la red que engloba al mundo, combinando el hipertexto y el protocolo de comunicaciones de Internet. Este importante acontecimiento propició un método eficaz y ágil al momento de intercambiar datos entre científicos.

A raíz de la implementación de esta red global, se dio paso al primer sitio web de la historia, ocurrió el 12 de diciembre de 1991. Su creador, Paul Kunz, un físico de la Universidad de Stanford, en California, quien se entrevistó con Berners-Lee en su laboratorio.

Este sitio web contenía tres líneas de texto, un enlace a un correo electrónico y una base de datos científica. No conforme, Kunz desarrolló un esbozo de navegador y lo puso al alcance de los que tenían acceso a la red. El objetivo fue que otros investigadores pudieran seguir desarrollándolo.

Las universidades fueron las primeras instituciones en beneficiarse de la red de comunicación entre ordenadores. En 1995, el internet comenzó su globalización, gracias a su potencial económico, a la agilidad y bajo costo de la transmisión de informaciones y comunicación humana.

Esto dio paso a la introducción de grandes cadenas comerciales, de prensa o de servicios; así como organizaciones religiosas y filantrópicas; sociedades científicas, humanitarias, e incluso personas individuales, quienes migraron a esta gran vía de comunicación para darse a conocer.

La gran aceptación que tuvo el internet derivó en una necesidad: una comunicación más directa o en línea. Por ello, algunos sitios añadieron espacios, con las debidas restricciones, para que los usuarios realicen comentarios en foros o mensajería instantánea. De aquí surgieron las primeras listas de amigos.

El primer sitio web, considerado una red social, surgió en 1997 en el portal SixDegrees.com, donde el usuario creaba, no solo su perfil, sino también una lista de amigos. Al año siguiente, ya se podía navegar por estas listas.

Cabe señalar que el nombre del portal, SixDegrees.com, se derivó de una teoría que intenta probar que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios.

Según esta teoría, cada persona conoce en promedio, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan sólo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos.

Volviendo al tema de las redes sociales, las nuevas herramientas que surgieron entre 1997 y 2001 dieron la oportunidad al usuario de sentirse involucrado con un portal en internet. Es así como Ryze.com impulsó las redes empresariales por la web. Asimismo, se creó un sitio donde se podía concretar citas on line, llamado Friendster. Sin embargo, debido a las dificultades técnicas que tuvo frente a la gran demanda del servicio, originó su quiebra.

Ante la ruina de Friendster, en el 2003 nació la red social My Space, un proyecto de Tom Anderson y, al año siguiente, Mark Zuckerber lanzó el proyecto Facebook, este último, dio paso al desarrollo, consolidación, masificación y proliferación de numerosas redes sociales en los meses y años subsiguientes.

Su constante evolución ha derivado en que existan redes sociales con bases de usuarios más grandes que la población de la mayoría de los países y sitios para cada necesidad que pueda existir. De acuerdo al portal facebookmicroweb.com, la primera red social surgió en el año 1700.

El telégrafo (1700). Aparato utilizado para la transmisión y recepción de mensajes a larga distancia.

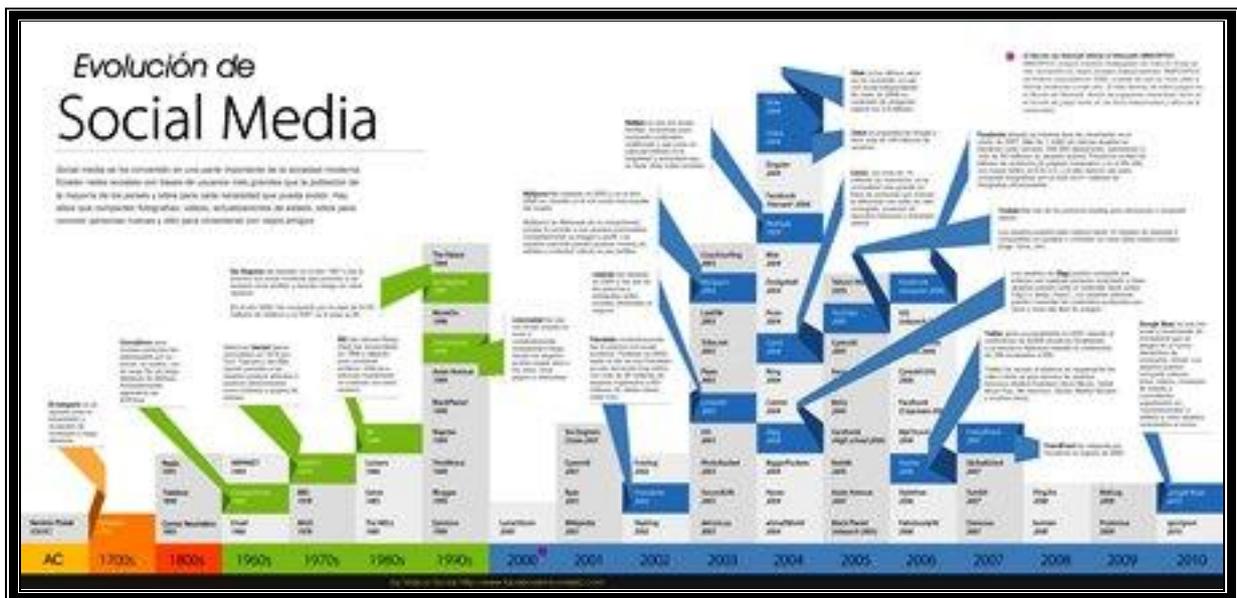
ComuServe (1969). Por su alto precio (US\$ 30 la hora) fue inalcanzable para muchas personas.

Usenet (1979). Su creación se atribuyó a Tom Truscott y Jim Ellis. Este sistema permitía a los usuarios postear artículos.

IRC (Internet Relay Chat). Fue desarrollado en 1988 y utilizado para compartir archivos, enlaces y además mantenerse en contacto con otros usuarios.

Six Degrees (1997). Fue la primera red social moderna que permitía a los usuarios crear perfiles con la finalidad de hacer nuevas amistades. En el año 2000 fue comprado por un valor de US\$125 millones de dólares y en 2001 se le puso su fin.

LiveJournal (1999). Fue una red social que empleó los denominados blogs, donde los usuarios podían seguir a otros, crear grupos e interactuar.



- Imagen tomada del portal facebookmicroweb.com.

MMORPGS (2000). Esta aplicación corresponde a un multijugador masivo de roles en línea. A pesar de que su inicio data de antes del 2000, fue en este año cuando esta red social independiente se hizo popular. El más famoso de estos juegos es el Mundo de Warcraft, donde los jugadores interactúan tanto en el mundo de juego como en los foros relacionados y sitios de la comunidad.

Friendster (2002). Se considera que esta aplicación fue la primera red social moderna y, en la actualidad, tiene más de 90 millones de usuarios registrados y 60 millones de visitas únicas cada mes.

MySpace (2003). Una de las características de esta red social es que permite a los usuarios personalizar su perfil, además de postear música y videos de artistas fundado. Tres años después de su aparición se convirtió en la más popular del mundo.

LinkedIn (2003). Esta fue una de los primeras y principales redes sociales dedicadas al negocio.

Multiply (2004). Es una red social destinada al ámbito familiar. Esta aplicación permite compartir contenidos multimedia poniendo un especial énfasis a la seguridad y privacidad que no tienen otras redes sociales.

Flickr (2004). Es una red social independiente que, en junio de 2009, su contenido de imágenes superó los 3.6 billones de dólares.

Orkut (2004). Es propiedad de Google y tiene más de 100 millones de usuarios.

Care2 (2004). Considerada la comunidad on line más grande de personas dedicadas a la protección de la naturaleza. Existen más de 14 millones de miembros, protectores de los derechos humanos y del bienestar animal.

Digg (2004). Los usuarios de esta red social pueden compartir sus enlaces con cualquier persona conectada para que estos voten por el contenido. También se pueden comentar los contenidos posteados por otros y crear una lista de amigos.

YouTube (2005). Fue uno de los primeros hosting destinados a almacenar y compartir videos.

Facebook (2006). Esta red social ocupa la sexta posición con mayor tráfico en los Estados Unidos y es el sitio número uno para compartir fotografías. Se estima que el lugar tiene almacenado 4.1 billones de fotos. En la actualidad, registra 50 millones de usuarios activos.

Twitter (2006). Ganó su popularidad al año siguiente durante la conferencia de SxSW (South by Southwest). Los tuiteos triplicaron durante la conferencia de 20k mensuales a 60k. Esta red social ha desarrollado el sistema de seguimiento de culto y tiene un gran número de usuarios famosos.

FriendFeed (2007). Fue adquirido por Facebook en Agosto de 2009.

Google Buzz (2010). Es una red social y herramienta de mensajería que se integra en el correo electrónico de la compañía Gmail. Los usuarios pueden compartir enlaces, fotos, videos, mensajes de estado y comentarios organizados en “conversaciones” y que están visibles a otros usuarios conectados al correo.

Estudio sociológico de las redes sociales.-

Los vínculos sociales que mantenemos en nuestro entorno nos ayudan a superar nuestra individualidad, a conseguir objetivos que, solos, no podríamos ser capaces de lograr. En pocas palabras, las redes sociales nos permiten organizarnos colectivamente.

Para el sociólogo Víctor Hugo Briones Morales, docente de la Escuela de Sociología de la Universidad de Guayaquil, la influencia de las redes sociales en un determinado grupo, sin importar el lugar donde se encuentre, dio paso a una “transmutación” de los polos. “Estos han podido acercarse, destruyendo así la distancia que antes los separaba”, acotó.

Briones indicó que el proceso de las redes sociales conlleva a un acercamiento del individuo en relación del otro. Esto permite que se vayan conformando grupos sociales muchos más amplios aunque se desconozcan. Sin embargo, permanecen en contacto permanente a través del internet.

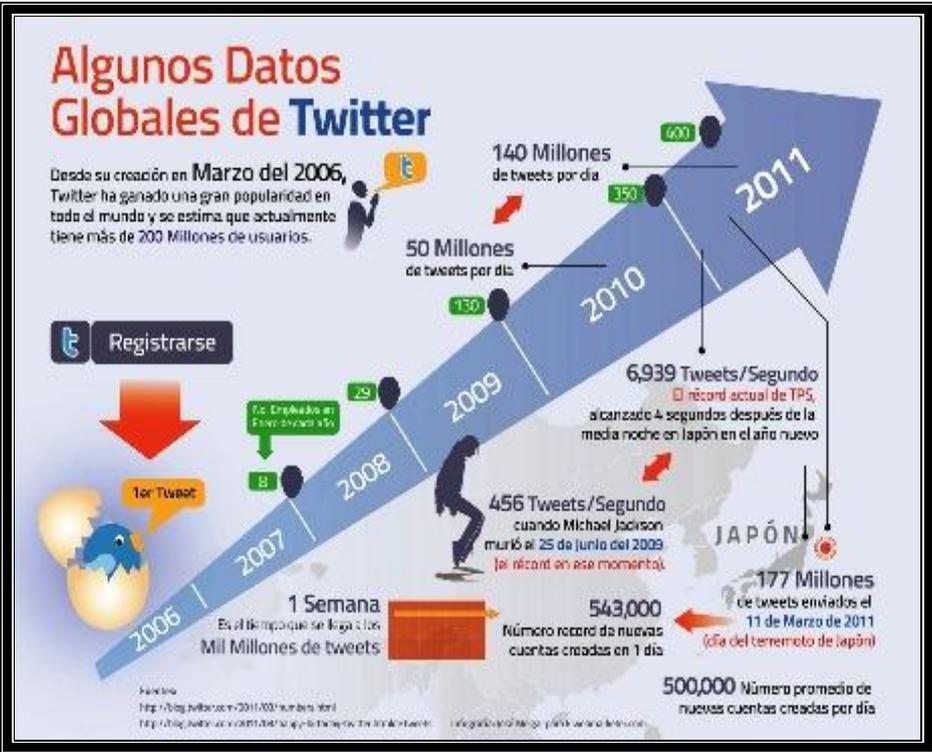
Sobre el tratamiento de la información, el sociólogo manifestó que suele ser variado debido a que existen diferentes puntos de vista que carecen de contenido, criterio científico, valor académico, social, o moral. “Solamente va destinado a la satisfacción de la sociedad y de la situación del individuo”, aseveró.

También señaló que en las redes sociales hay información que tiene un valor cognitivo y de conocimiento, y que aporta a la formación del tratamiento social.

Con la implementación de las redes sociales, la colectividad está evolucionando. Briones denominó a este aspecto la “Tercera Ola Informática”, donde los grupos de amigos representan la familia alternativa que reemplaza a la tradicional.

“Anteriormente, los grupos sociales estaban conformados por la familia; que eran extensas: Abuelos, padres, hijos, nietos, los tíos conviven con sus esposas y su descendencia. En el momento actual, y con el empleo de las redes sociales, la familia ya no es aquella clásica excepcional, sino que pasó a ser una especie de familia alternativa: Grupos de amigos o papá e hijo, mamá e hija o la tía con los hijos de la hermana. Los grupos sociales siempre cambian en la sociedad”, explicó el docente.

Por último, Briones sostuvo que el ser humano tiene una dependencia de los procesos de comunicación, que han cambiado con el pasar del tiempo y dependiendo de la sociedad. Añadió que, en la actualidad, el internet es el modelo de transmisión de información, del conocimiento, de intercambio del parecer de unos con otros.



- Imagen tomada del portal elwebmarketer.com.

El sociólogo Rubén Aroca, director del Instituto de Investigación de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil, también dio su punto de vista respecto de las redes sociales. El profesional señaló que el fácil acceso que tienen los seres humanos al internet les ha permitido compartir e intercambiar información, hasta de índole personal. Esto último, dependerá de la finalidad que tenga el vínculo entre los usuarios.

“Las redes sociales son una forma de dar información pública y privada, que posibilita una interacción o relación que, para algunos, tiene una alta valorización”, indicó.

Aroca aseveró que estos portales están potencializando las relaciones de todo tipo. Citó como ejemplo los negocios o las gestiones que realizan las empresas para obtener un determinado fin. Para ello, el tratamiento de la información en las redes sociales debe estar claro y definido.

Una mención especial tuvo las vías que tienen las personas para acceder al internet. En ese sentido, el también docente dijo que los dispositivos móviles (teléfonos celulares, ordenadores portátiles, palms, entre otros) tienen incluidas las redes sociales, lo que es aprovechado por los jóvenes, en su mayoría.

No obstante, el uso de las redes sociales para fines comerciales y publicitarios ha crecido. “Actualmente se las están utilizando para la promoción de bienes o servicios de productos, así como ventas, comercialización o difusión de eventos”, manifestó.

Con la implementación de las redes, la sociedad se ha convertido en una especie de “vecindad virtual”, según lo afirmó Aroca. El docente explicó que tener amigos en estos portales da la impresión de proximidad, acortando así la distancia física que pueda existir entre ellos.

A diferencia de Briones, Aroca considera que no existe una dependencia del ser humano por las redes sociales, sino una necesidad de obtener recursos para comunicarse. “Lo que hacen es seleccionar el medio para conseguir su objetivo”, recalcó.

Consideró que este tipo de comunicación mediática es buena por la cantidad de recursos que ofrece al usuario y que le permite tener una gran variedad para escoger. Asimismo, los

portales que ofrecen este servicio se ven obligados a innovarse para estar acordes a la demanda.

“La gente emigra constantemente de los medios, buscan algo nuevo e innovador. Por ejemplo, el Skype brinda una comunicación en línea fantástica”, señaló.

En una entrevista realizada al sociólogo Manuel Castells, este señaló que las redes sociales democratizan la información, pero también desinforman.

Castells indicó que la sociedad de la información paradójicamente está amenazando el poder de los medios tradicionales de información. Se refirió particularmente a la prensa.

Según el sociólogo, para el periodismo, la existencia de internet proporciona un caudal de información que facilita la tarea del informador y, además, contribuye a que esta no se pueda ocultar. Es así como se refuerza la autonomía del periodista profesional con respecto al medio de comunicación al que pertenece.

En cambio, las empresas dedicadas a la comunicación se ven obligadas a cambiar el modelo porque el periodismo online, así como el periodismo ciudadano, son formas gratuitas de información.

Ante ello, los medios informativos que no se adaptan al nuevo entorno tecnológico tienen dificultades económicas cada vez mayores. Pero los que se adaptan se fortalecerán si mantienen lo único en que los medios profesionales tienen ventaja sobre las informaciones a través de la red: su credibilidad, utilizando una diversidad de plataformas, incluido internet y los móviles.

Sobre Twitter, Castells generalizó aduciendo que las redes sociales representan un espacio autónomo de relación social. Una de sus aplicaciones es el desarrollo de redes de información generadas por las personas sin controles corporativos o políticos. En ese sentido, contribuyen a la democratización de la información.

Chile, Uruguay y Argentina utilizan las redes sociales con el objetivo de enseñar y aprender, lo que constituye el fin de una política educativa nacional que apuesta por el desarrollo de las

competencias necesarias para el manejo de los nuevos lenguajes producidos por las tecnologías de la información y la comunicación.

El Twitter en Latinoamérica.-

El Twitter es una de las redes sociales con más seguidores en todo el mundo. Se estima que supera los 200 millones de usuarios. Consiste en el envío de mensajes de texto plano (simple) de bajo tamaño y con un máximo de 140 caracteres, llamados Tweets.

La red social Twitter comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo de la compañía Obvious, cuya sede era San Francisco, durante marzo de 2006. El nombre original del producto era TWITTER. Al principio, fue usado internamente por la compañía desarrolladora hasta que lo lanzó oficialmente al público en octubre del mismo año. El servicio rápidamente ganó adeptos y, en marzo de 2007, obtuvo el premio South by Southwest Web Award, en la categoría de Blog.

Jack Dorsey es el creador de esta aplicación y el actual presidente del Consejo de Administración de Twitter Inc., empresa que surgió a raíz de Obvious.

La versión en español surgió el 4 de noviembre de 2009. El 8 de octubre del mismo año, el microbloggin publicó una aplicación para que los usuarios de forma no lucrativa lo tradujeran al español, francés, italiano y alemán. El primero fue el lenguaje que estuvo disponible en la fecha indicada.

En la actualidad, el número de usuarios de la red social Twitter en Latinoamérica se ha incrementado considerablemente, siendo Brasil el país con mayor twiteros.

Una infografía de Ecualink, publicada en el portal www.fanaticosdelsocialmedia.com, revela datos interesantes sobre el número de usuarios activos del Twitter en el 2011.

En el informe se puede apreciar los países con mayor número de seguidores, así como otros datos importantes como las ciudades que registran mayor actividad de esta red social.

Datos Twitter Latinoamérica 2011

Países con más usuarios activos



Brazil	4 300,000
Mexico	2 701,343
Venezuela	1 002,119
Chile	871,022
Argentina	854,281
Colombia	602,199
Uruguay	390,247
Paraguay	322,649
Peru	255,993
Ecuador	209,861

Datos importantes:



Más de 35 millones de usuarios
 24 millones de tweets diarios
 45% Twitter Twitter Empresarial
 de presencia Venezuela
 13.000 nuevos registros diarios
 253.000 aplicaciones App Store
 10% Usar Twitter desde el móvil
 29 millones de tweets enviados por día



Procedencia del tráfico



Aplicaciones móviles más usadas.



- Twitter
- TwitterDroid
- Twitter for Android
- Twitter Twitter
- Twitter for BlackBerry
- Twitter for iPhone
- Twitter Mobile
- Otras

Ciudades latinas con más usuarios activos

1. São Paulo (Brasil)
2. Ciudad de México (México)
3. Caracas (Venezuela)
4. Ciudad de México (México)
5. Montevideo (Uruguay)
6. Valencia (Paraguay)
7. Buenos Aires (Argentina)
8. Bogotá (Colombia)
9. Santiago (Chile)
10. Montevideo (Uruguay)



Integrado por: @EcuadorTwitter

ECUCLINK

• Imagen tomada del portal fanaticosdelsocialmedia.com.

Los países que superan el millón de usuarios en Twitter son Brasil, México y Venezuela; con 4.300.000, 2.101.340 y 1.002.119, respectivamente. Asimismo, Sao Paulo y Rio de Janeiro son las ciudades latinas con más usuarios activos.

Manejo del Twitter en Ecuador.

Antes de referirse al uso de la red social Twitter en el país, es necesario determinar el número de personas que tienen acceso a internet. La Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) es el ente encargado de regular y controlar este tema en el país.

El organismo gubernamental lleva una estadística elaborada a partir de los datos proporcionados por los proveedores de internet. La fecha del informe publicado hasta el momento es del 31 de marzo de 2011.

El documento establece que en el país existen 856.989 cuentas de acceso a la red y un total de 3'333.459 usuarios, distribuidos en los 159 proveedores de internet, a nivel nacional.

El informe agrega que del total de cuentas, 354.577 corresponden a operadoras móviles, es decir, que acceden desde teléfonos celulares. Tomando en consideración que el Ecuador cuenta con una población de 14'306.876 habitantes, según el último censo poblacional del 2010, se deduce que el 23.3 por ciento de los ecuatorianos son usuarios de internet.

Estos datos fueron corroborados por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel) que determinó un crecimiento notable del internet y el uso de teléfonos celulares en el país.

De acuerdo al organismo de control, en el Ecuador, el número de usuarios de internet no conmutado (banda ancha) se multiplicó por seis. Es decir, de 329 mil usuarios registrados en el 2007, ahora sobrepasan los 1,8 millones a nivel nacional, con una densidad de cobertura del 11,2 por ciento.

Otro dato relevante de la Senatel es el surgimiento y acelerado desarrollo de las redes sociales como Facebook o Twitter, por parte de niños, jóvenes y adultos, todos por igual magnitud.

En lo que a telefonía móvil se refiere, los datos son más contundentes. En el 2001 había una densidad del 7 por ciento, en la actualidad esta llega al 89 por ciento, con algo más de 12,1 millones de líneas activas.

Haciendo un comparativo de la densidad de cobertura en el país, el Ecuador se encuentra a la par que Colombia y Chile, con el 88 y 86 por ciento de densidad, respectivamente. La cifra supera a la de Brasil (76%), Perú (69%) y Bolivia (43%).

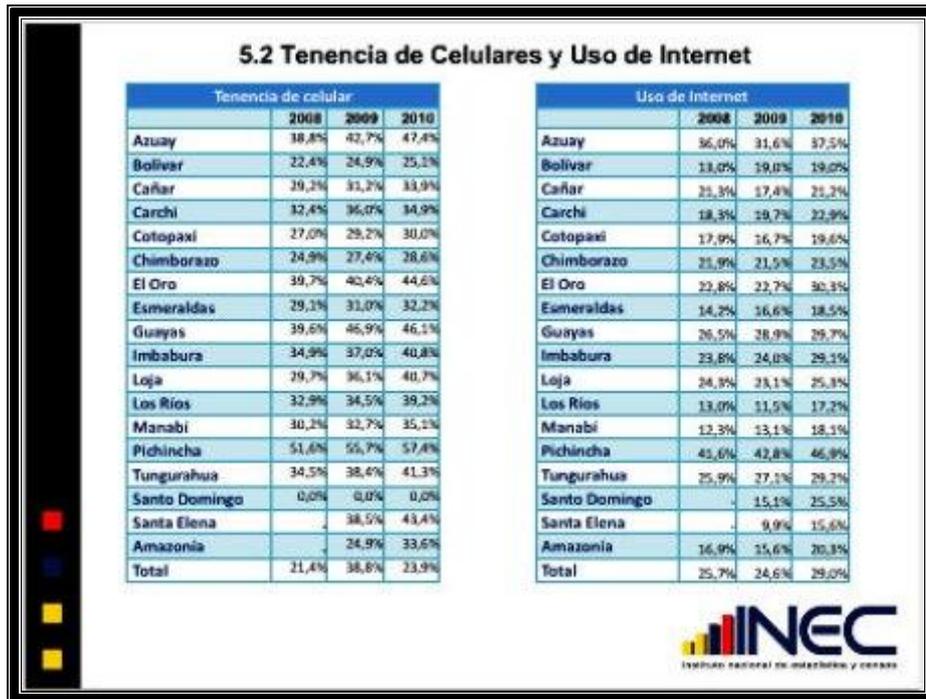
Además, se prevé que América Latina demuestre el mayor crecimiento en telefonía móvil, con un 166 por ciento, seguida de la región Asia-Pacífico con un 146 por ciento.

La Supertel registró 904.428 líneas telefónicas activadas durante enero y septiembre de 2009. Esto ha permitido desarrollar una sana competencia en el mercado haciendo posible que la telefonía móvil sea potencial en edificios altos, ascensores, túneles, subterráneos y otros sitios donde normalmente la señal no llega.

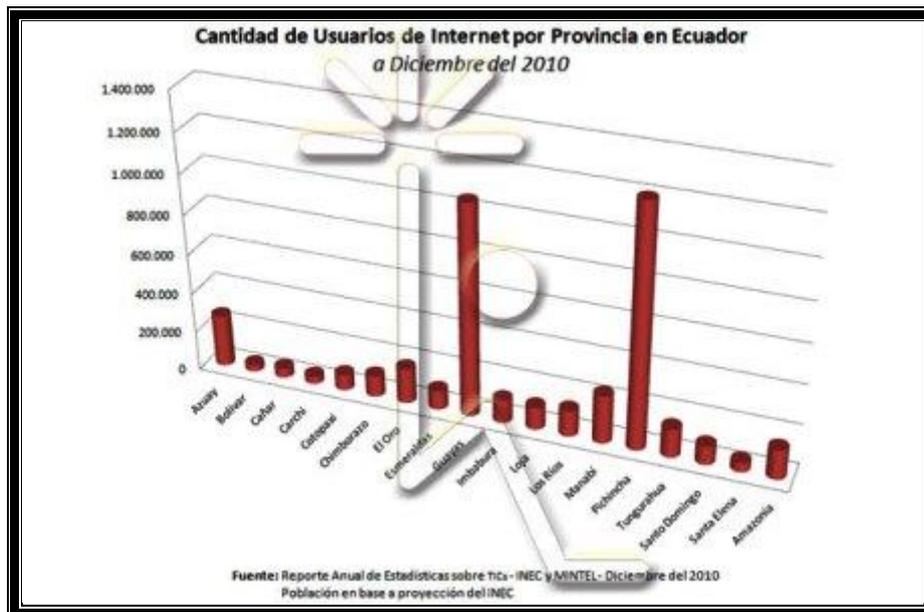
Otro ejemplo de desarrollo es la proliferación de los denominados cibercafés. En principio, estos establecimientos fueron incipientes locales que brindaban la alternativa de llamadas por internet para comunicarse con quienes habían migrado al exterior. Ahora constituyen un modelo de negocios que ha tenido gran éxito en el país. En ese sentido, la Senatel registra actualmente 1.355 negocios de este tipo.

Estos negocios están concentrados en la provincia de Pichincha. Allí están registrado 513 locales. En segundo lugar está Guayas, con 187 locales contabilizados. Paralelamente, estas provincias concentran el mayor número de usuarios.

Para el control de estos negocios, se implementó el plan de regularización de los cibercafés. No obstante, aún existen locales que continúan operando de forma ilegal, escondidos en bazares, centros de copiado, cabinas telefónicas y hasta en restaurantes o farmacias.



- Datos tomados del portal oficial del INEC.



- Datos tomados del portal oficial del INEC.

Las estadísticas de la Supertel también destacan que la provincia con mayor concentración de usuarios es Pichincha, seguida por Guayas, Tungurahua, Azuay, Chimborazo y Manabí.

Otro dato oficial es el que proporcionó el último Censo Poblacional, que determinó que 3'814.650 de las personas censadas habían usado internet, es decir, el 26.7 por ciento.

En conclusión, en el país, menos del 30 por ciento de los habitantes son usuarios de internet, aunque cabe señalar que estas cifras pueden aumentar.

Con respecto a la red social Twitter, no existe una cifra oficial de usuarios. No obstante, hay estimaciones que permiten obtener una idea cercana.

José Miguel Parrella, desarrollador y entusiasta de la informática, realizó recientemente un estudio sobre el Twitter en el Ecuador, monitoreando cuentas de usuarios locales y sus respectivos seguidores, tomando como referencia la zona horaria que las cuentas utilizan para poder establecer su ubicación.

De acuerdo a este estudio, hasta el pasado 2 de agosto de 2011 existían 105.080 cuentas de ecuatorianos en Twitter, de las cuales el 16 por ciento son las más activas. Es decir, 16.665 cuentas son las que escriben el 84 por ciento de los tweets que se publican desde el país.

Otra referencia sobre la cifra de ecuatorianos en Twitter la proporciona Alfredo Velazco, gerente de Incom, empresa de marketing en Internet, quien estima que en el país existirían aproximadamente más de 450.000 cuentas creadas en Twitter, con localización Ecuador, y más de 200.000 usuarios únicos estarían accediendo al sitio diariamente.

Tomando en cuenta la diferencia entre ambas cifras y la escasa información oficial que Twitter proporciona, resulta difícil afirmar con seguridad el número de usuarios ecuatorianos que estarían utilizando este servicio. Sin embargo, la creciente popularidad que tiene esta herramienta hace evidente su diaria expansión.

Ana María Granja, en una publicación en la revista Vistazo de febrero de 2012, revela unos datos interesantes acerca del Twitter. Por ejemplo, esta red social tiene 190 millones de visitantes por mes.

En el primer cuarto del año 2010 se han subido cuatro billones de tweets. Actualmente se suben aproximadamente 65 millones por día, lo que representa 750 tweets por segundo, según información proporcionada por Twitter.

La actividad en Twitter se incrementa con eventos de especial importancia. Por ejemplo, se rompió un record durante el Mundial de Fútbol de Sudáfrica 2010 cuando los fans escribieron 2.940 tweets por segundo porque Japón anotó contra Camerún el 14 de junio.

Ese record se rompió nuevamente cuando se subieron 3.085 tweets por segundo después de que los Lakers de Los Ángeles ganaron la final de la NBA, el 17 de junio.

El uso de la red social Twitter en un grupo determinado del sector: Desde las calles Letamendi hasta García Goyena y desde la 24 hasta la 29.

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis, se delimitó una parte de la parroquia Febres Cordero, en Guayaquil.

El objetivo es conocer el número de personas, en este segmento poblacional, que tiene acceso a internet y, por consiguiente, a la red social Twitter. Para ello, se realizará una encuesta. Si bien el resultado no constituirá una cifra oficial, servirá para tener un estimado, respecto al número de moradores que habitan en este sector.

Asimismo, se busca demostrar el poco acceso a internet que tienen las personas que habitan en los sectores urbano-marginales y, por consiguiente, a la red Twitter.

Esto permitirá que la propuesta del Centro de Denuncias Comunitario tenga asidero ya que su función principal será la de transmitir por esta vía las quejas de los moradores de un determinado sector.

Concienciar en las personas el espíritu de solidaridad para aprender a resolver los problemas que aquejan en su sector es uno de los objetivos que persigue también la propuesta ya que esto se enmarca en el Mandato Constitucional del Buen Vivir que promueve el actual Gobierno.

El análisis de la relación que existe entre la red social Twitter y los noticieros comunitarios es la base para la realización de este proyecto. Determinar la importancia que tiene esta aplicación para la solución de los problemas que hay en un sector es necesario para considerar

que la implementación del Centro de Denuncias Comunitario es viable. Además, los recursos que se necesitan para su ejecución están en el mismo sector, por lo que no habría mayores dificultades.

Influencia del Twitter.-

La inmediatez y el fácil acceso que tiene el Twitter, con respecto a otras redes sociales, hace que sea una poderosa herramienta para las personas. De hecho, su empleo, por parte de personas influyentes, ha servido para ganar más adeptos o seguidores.

Su uso en todos los aspectos de la vida cotidiana lo ha convertido en una parte fundamental para los seres humanos. Un grupo de investigadores de la Universidad de Cornell, en Estados Unidos, realizó un estudio sobre la manera cómo influyen los tweets, tomando en consideración que en la red social se publican alrededor de 110 millones de mensajes diarios, entre 200 millones de usuarios.

Para el estudio, los investigadores dividieron a los usuarios en cinco categorías: Celebridades, medios de comunicación, organizaciones, blogs y usuarios corrientes.

La conclusión a la que llegaron los expertos fue que el 50 por ciento de los tweets más vistos son generados por cerca de 20.000 usuarios que pertenecen a una élite. En cambio, los medios de comunicación son los que producen más información, pero los personajes famosos son los más seguidos y sus mensajes los que más se difunden.

De hecho, solo un 15 por ciento de la información recibida por los usuarios proviene de los medios de comunicación.

El estudio también destaca que los “twiteros” se relacionan con usuarios que tengan sus mismos intereses o que efectúen actividades similares. Los contenidos que durante más días se difunden son los relacionados con videos, música y libros.

En cuanto a las categorías temáticas, las noticias internacionales son las que más atención y redifusión reciben, seguidas de las noticias nacionales, la información de negocios y los deportes. La salud, tecnología y ciencia ocupan, respectivamente, la quinta, sexta y séptima

posición.

Fundamentación económica.

El presente proyecto de tesis, relacionado con la red social Twitter, tiene varias aristas siendo la principal, la elaboración de una encuesta. Previamente, se delimitó el sector que servirá para el análisis de la propuesta.

Para el levantamiento de la información, se tomó en consideración el tiempo y ejecución de la encuesta, así como los recursos que se utilizarán para el efecto. Se busca que la fecha coincida con el momento en que se encuentra la mayoría de los miembros de la familia. Esto, con el objetivo de que los datos obtenidos sean los más apegados a la realidad.

De acuerdo a la planificación y al organigrama, previamente definido, se puede determinar que la ejecución de la encuesta es viable y servirá como referente para el resto del trabajo. En el aspecto económico, no habrá inconvenientes porque dentro de la planificación se destinó una caja común para este tipo de trabajos.

Hipótesis.-

La red social Twitter en un noticiero que acoge denuncias, atiende y soluciona un problema, favorecerá el desarrollo comunitario / urbano marginal, en un determinado sector.

Variables.

El proyecto de investigación requiere de la aplicación de un modelo (paradigma) cuali-cuantitativo. Esto, debido a que los métodos que se emplean, se complementan más de lo que se contraponen.

Durante la aplicación del modelo, se emplearán dos tipos de variables: Independientes y dependientes, que estarán ligadas a una unidad de análisis.

Por ejemplo, para determinar el acceso a internet en la zona delimitada, surgirán las variables relacionadas con el tipo de proveedor del servicio, el dispositivo que utiliza para navegar, entre otras inquietudes.

Asimismo, con los usuarios se podrá determinar el sexo, la edad y el nivel de conocimiento que tenga la persona sobre la red social Twitter.

Otra unidad de análisis podría ser el tipo de mensaje que difunde a través del Twitter. Puede ser una publicidad, un servicio, noticia o comentario.

Todas estas variables quedarán resueltas una vez que se definan las preguntas para la encuesta. Esto ayudará a obtener un mejor análisis del tema, tomando en cuenta que, para el presente proyecto, se aplicará el método inductivo.

Definiciones conceptuales.-

En la definición conceptual se sintetiza el objeto de estudio desde una teoría particular. Aquí se podrá obtener una visión teórica del tema.

Así, tomando en cuenta el ejemplo anterior sobre los usuarios de internet, se podría sintetizar quiénes son adictos a la web y quiénes no. Asimismo, el tiempo que dedican para navegar. Quiénes son niños y quiénes adultos.

En lo que tiene que ver con el acceso a internet, la síntesis está dada por la hora de preferencia para navegar y el tiempo que dedican a ello.

En conclusión, definiendo conceptualmente lo que se persigue con este proyecto, el siguiente paso a tomar en cuenta es el delineamiento operativo.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

Diseño de la investigación.-

El diccionario de la Investigación Científica de Tamayo y Tamayo define al diseño de un trabajo investigativo como ³“la estructura a seguir ejerciendo el control de la misma a fin de encontrar resultados confiables y su relación con las interrogantes surgidas de la hipótesis”. Esto, luego de que se haya precisado el planteamiento del problema y definido el alcance inicial de la investigación.

En el caso del proyecto “Análisis de la red Twitter y su interrelación social con el noticiero Contacto en la Comunidad, que transmite la estación televisiva Ecuavisa”, se delimitó un sector de la parroquia Febres Cordero para hacer una encuesta donde se levantará información que permita establecer si las personas tienen acceso a internet y, por consiguiente, quiénes hacen uso del Twitter.

El sector comprende las calles Letamendi hasta García Goyena y desde la 24 hasta la 29, y está previsto que el tiempo empleado para la realización de la encuesta sea de tres días trabajando en jornada matutina.

Con los resultados obtenidos se podrá establecer qué tan viable es la implementación del proyecto de tesis de grado que los estudiantes JORGE ANTONIO BOZA RAMÍREZ Y DARWIN STALYN VILLACRÉS YUPA se encuentran realizando.

La inclusión de un actor social en el sector para que sirva de nexo entre la comunidad y el noticiero solo podrá ser posible si en el lugar queda demostrado que existe la necesidad de un centro de denuncias. Para ello, se debe demostrar que la mayoría de las personas que residen en los sectores urbano-marginales no tienen acceso a la red y están interesados en que sus necesidades sean atendidas.

Si bien con el levantamiento de la información no se conseguirá obtener un 100 por ciento de confiabilidad, los estudiantes responsables de este proyecto podrán tener una referencia

³Diseño concreto de la Facultad de Derecho de la Universidad Cooperativa de Colombia. Cátedra Seminario de Grado http://html.rincondelvago.com/disenio-de-una-investigacion_1.html

cercana a la realidad del sector y que servirá para que el proyecto se aplique en otros lugares, de ser el caso.

Para la realización de la encuesta se efectuaron tres preguntas orientadas a determinar el acceso a internet en los sectores urbano-marginales.

El censo se lo hizo por manzanas y demoró tres días en su ejecución. Para el trabajo de levantamiento de información participaron tres personas. Cada una se encargó de una calle.

Por ejemplo, se trabajó en la calle Letamendi, desde la 24 hasta la 29. Después continuaron con las calles San Martín, Argentina, Portete, Venezuela, Colombia, Camilo Destruge y García Goyena.

A continuación, un modelo de las preguntas que se tomaron en la encuesta:

**Encuesta sobre el uso de la red social Twitter en la parroquia
Febres Cordero, desde las calles Letamendi hasta García Goyena
y desde la 24 hasta la 29**

1.- ¿Tiene internet en casa?

Si

No

2.- ¿Usa Twitter?

Si

No

¿Dónde?

Teléfono celular

Cyber

Otros

3.- ¿Qué tipo de tweet suele enviar?

Comentarios

Denuncias

¿Qué tipo de denuncias?

Comunitarias

Otros

Muestra poblacional.-

En el presente proyecto de investigación se requiere de la aplicación de un modelo (paradigma) cuali-cuantitativo. Esto, debido a que los métodos que se emplean se complementan más de lo que se contraponen.

Con la recolección de datos, se pueden establecer cuadros estadísticos, pero también es necesario que reflejen una realidad desde una reflexión crítica y sistemática.

Como la investigación parte de un punto general, como son las redes sociales, hasta llegar a lo concreto, que es determinar la importancia de la red social Twitter para una comunidad, el método inductivo es el idóneo en la aplicación de este proyecto.

Por ejemplo, en el sector delimitado para el presente trabajo se encuestó a 354 familias (una persona por vivienda), de las cuales, 219 no tienen acceso a internet.

No obstante, 303 familias (al menos una persona por núcleo familiar) tiene acceso a la red social Twitter desde cualquier dispositivo, como el teléfono celular.

Técnicas de recolección de datos.-

Para conseguir la información que ayude a la realización de este proyecto se efectuó dos técnicas de recolección de datos: La encuesta y la entrevista. En la primera se hizo un trabajo en el sector delimitado para el proyecto de investigación, mientras que en la segunda opción se abordó a personas vinculadas con el tema de las redes sociales y el Twitter.

Entre los entrevistados estuvieron los presentadores del noticiero Contacto en la Comunidad de la estación televisiva Ecuavisa: Denisse Molina y Andrés Jumbluth, así como la directora del programa, Ximena Gilbert.

Encuesta.-

En el perímetro designado para el trabajo investigativo, se censó a 354 familias del sector. Se comprobó que en el lugar, por ser un sector urbano marginal, el acceso a internet es difícil por las limitaciones que tiene. No obstante, al menos una persona por familia tiene conexión a internet a través de un dispositivo móvil, lo que evidencia que este mecanismo supera la forma tradicional de conexión, no solo en el país sino en toda Latinoamérica.

Un ejemplo de ello es Chile. Según un estudio de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), el aumento de las conexiones inalámbricas, particularmente las que se hacen desde teléfonos celulares, alcanzan los tres millones de usuarios. El organismo también reveló que la inversión en este campo bordea los dos millones cuatrocientos mil dólares en el presente año.

Otro dato interesante de la Subtel es el aumento del 104,8 por ciento en las conexiones de banda ancha móvil, vía Smartphone, respecto de las de redes domiciliarias. Esto, en comparación de las cifras arrojadas en el 2009.

La Subtel precisó en su informe que las conexiones a través de teléfonos celulares suman un total de 2.961.050, cifra que marca una duplicación respecto al 2009 y que indica una mayor versatilidad en las redes 3G para la navegación desde este tipo de dispositivos.

Asimismo, el organismo gubernamental indicó que el uso desde Smartphone representa el 57% de la navegación móvil y se proyecta que esta demanda crezca 18 veces de aquí al año 2016.

Actualmente, 6 de cada 10 usuarios de banda ancha móvil en Chile utilizan estos dispositivos para navegar en Internet, impulsados por los subsidios de estos equipos que han permitido mayores niveles de penetración.

Otra de las revelaciones del informe es que la inversión en telecomunicaciones suma US\$2.408 millones, lo que la posiciona entre los sectores de la economía nacional de mayor crecimiento en los últimos años, es decir un 25,4% de la inversión en el anterior período.

En el Ecuador, según el Gobierno actual, también hubo un incremento en el acceso a internet. La página oficial del Ministerio Coordinador de los Sectores Estratégicos publicó un informe sobre el número de suscriptores a internet fijo.

De acuerdo al estudio, el número de suscriptores de internet fijo de Banda Ancha pasó de un total de 153.404 en enero de 2010 a 242.134 en octubre del mismo año, lo que equivale a un crecimiento del 57 por ciento. La cifra, según las autoridades, superó la meta planteada para ese período.

Con estos resultados, el Ministerio prevé que la demanda del plan estratégico en este servicio, durante el periodo 2010- 2014, será de 746.848 y la oferta proyectada para el mismo período, de 280.516.

La capacidad internacional aumentó también de manera considerable. Antes del 2007, Ecuador tenía 7.5 STM1 (capacidad para 50.000 usuarios) y en diciembre del 2010 llegó a 90 STM1 (capacidad para 337.500 usuarios).

Asimismo, las autoridades gubernamentales confían en llegar a los 160 STM1 (capacidad para 600.000 usuarios) antes de que concluya el 2012.

Para ello, el Gobierno Nacional, a través de Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP), aumentó la red de fibra óptica de 1.413 kilómetros a 6.608 kilómetros, interconectando por primera vez las 24 provincias continentales del país. Las poblaciones conectadas con fibra óptica hasta 2006 eran 52. Ahora, 363 están conectadas, según el Ministerio Coordinador de los Sectores Estratégicos.

Estos avances en las telecomunicaciones han servido para que la sociedad esté acorde con la tecnología de punta. De acuerdo a la Carta Magna, es un derecho que tienen y forma parte del Buen Vivir. Por ello, el actual Gobierno fusionó entidades para que puedan funcionar de una

mejor manera. Por ejemplo, de las desaparecidas Pacifictel y Andinatel surgió la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT).

Este nuevo orden permitirá desarrollar programas como la Estrategia Ecuador Digital, el Plan Nacional de Conectividad, entre otros.

Este plan consiste en promocionar las Nuevas Tecnologías de la Información (TICS, por sus siglas en inglés). El proyecto está basado en cuatro ejes: equipamiento, conectividad, capacitación y aplicaciones.

El objetivo fundamental que persigue el programa Ecuador Digital es que el país evolucione sobre los cuatro puntos citados anteriormente y que están sustentados en un marco institucional, legal y regulatorio aplicables en tres planes ya existentes: El Acceso Universal y Alistamiento Digital; el de Gobierno Digital y el de Banda Ancha.

Entrevista.

A más de los docentes Víctor Hugo Briones Morales y Rubén Aroca, se entrevistó a los periodistas Denisse Molina, Andrés Jumbluth y Ximena Gilbert. Con estos últimos, se habló específicamente sobre la red social Twitter y la importancia que tiene en los noticieros comunitarios.

Para Andrés Jumbluth, presentador del noticiero Contacto en la Comunidad, la aplicación de la red social Twitter en el programa ha permitido que el periodista se acerque más al televidente. “Ha sido una gran herramienta para buscar un nexo más íntimo y ligado al televidente porque sienten que nosotros, no solo hacemos públicas las noticias sino que las trasladamos a las autoridades que ellos buscan”, acotó.



- Lcdo. Andrés Jumbluth. Foto: Stalyn Villacrés.

Las denuncias al noticiero llegan todos los días, desde las 06:00 hasta las 09:00, en un promedio que oscila entre 100 y 150.

Aparte de la cuenta del noticiero, @comunidadgye, los presentadores solían dar a conocer sus cuentas personales, pero esto tuvieron que suprimirlo porque estaba causando confusión en la gente. “Queríamos centralizar un poco las denuncias para que el televidente solo se enfoque en una sola dirección”, aseveró Jumbluth.

El periodista indicó que, para darle validez a una denuncia, esta debe reunir varios requisitos, como datos concretos, dirección, número telefónico, entre otros, para no tener que ubicar nuevamente al denunciante. Esto, con la finalidad de no desperdiciar recursos.

El número de denuncias depende de algunas situaciones como la época invernal. Los sitios anegados por las lluvias derivan en muchas quejas por parte de la comunidad. Así lo dio a

conocer la presentadora Denisse Molina para citar un ejemplo de la importancia del Twitter en el noticiero.



- Lcda. Denisse Molina. Foto: Stalyn Villacrés.

La periodista indicó que las denuncias, mediante esta vía, vienen de todos los sectores urbanos y rurales. Del total de quejas, se priorizan aquellos de mayor importancia y que pueden tener solución, por parte de las autoridades pertinentes.

Para la licenciada Molina, el Twitter los acerca más a la comunidad, quedando atrás otras vías como el teléfono porque “la cantidad de denuncias hacia colapsar el sistema. Con el Twitter no pasa eso”, acotó.

Ximena Gilbert, directora del noticiero matinal, manifestó que la red social es una vía de retroalimentación, una herramienta muy importante para este tipo de noticieros. “Con el teléfono no había mucha agilidad, por eso el Twitter es más importante, porque la conexión es más directa”, indicó.



- Lcda. Ximena Gilbert. Foto: Stalyn Villacrés.

Gilbert destacó como uno de los beneficios de esta herramienta el poder conocer las necesidades y preocupaciones del televidente.

CAPÍTULO 4:
ANÁLISIS
Y
RESULTADO

Análisis e interpretación de los resultados.-

Una vez obtenido los resultados del censo realizado en el sector delimitado de la parroquia Febres Cordero, se puede concluir que las personas tienen, de alguna manera, acceso al internet, a pesar de que la mayoría no cuenta con este servicio en su hogar. Para ello, se valen de otros dispositivos como el teléfono celular.

En este sector se hace evidente las necesidades que tienen los moradores. Falta de recolección de basura, de alumbrado eléctrico, entre otros, constituyen las constantes quejas de los moradores que, pretenden, sean escuchadas por las autoridades de turno.

Sin embargo, ir a denunciar estos problemas es el principal obstáculo que tienen estas personas para solucionar su situación. Ellos aducen falta de tiempo, demora en el trámite o simplemente consideran que su voz no será escuchada.

Ante esto, se aprovechó el censo para hablarles sobre la modalidad de denuncias vía Twitter, que es utilizada por los noticieros, en especial, por aquellos dedicados a la comunidad. Las personas mostraron su interés por esta alternativa, pero había un problema... No tenían mayores conocimientos de esta red social.

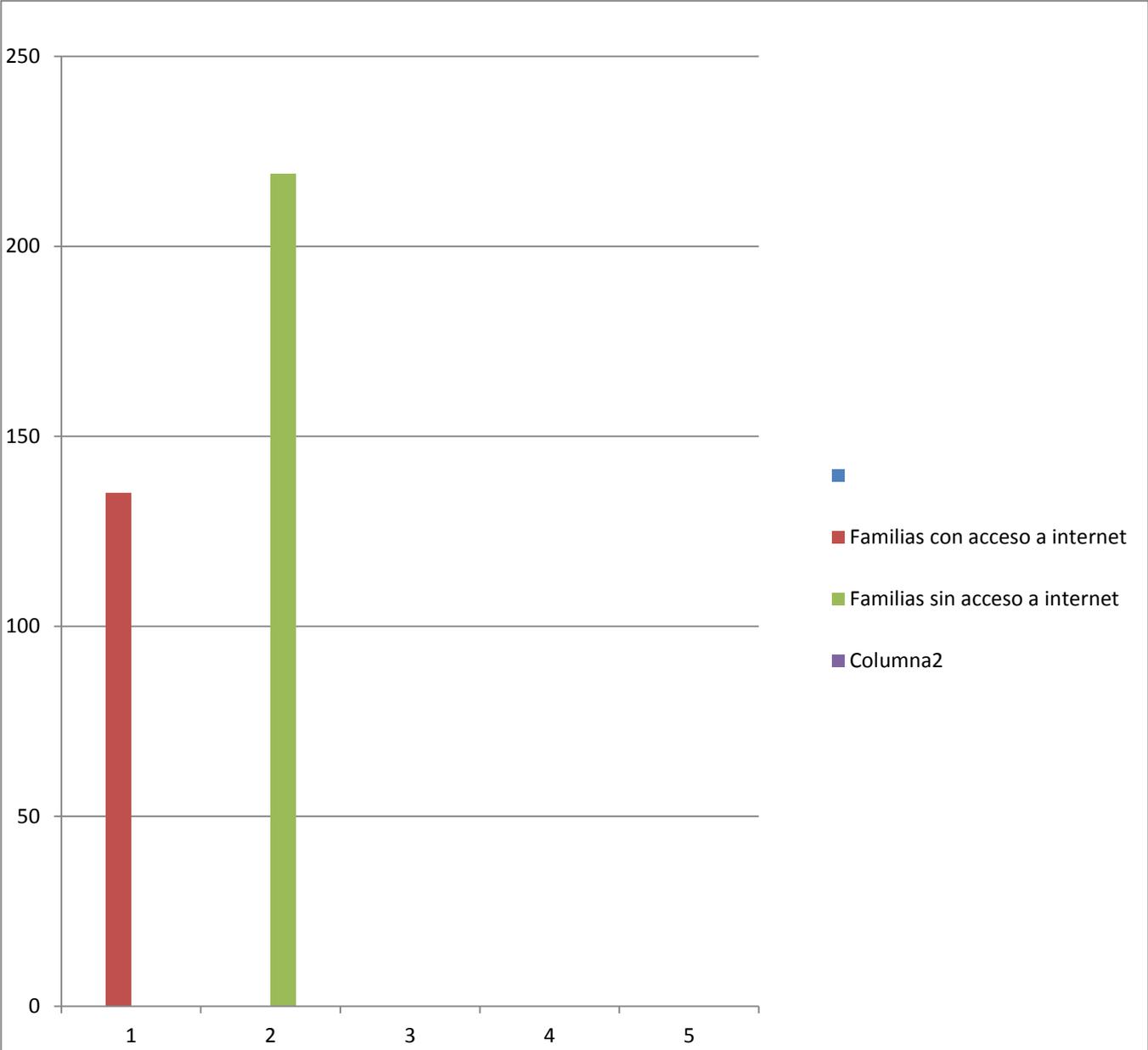
Por este motivo se llegó a la conclusión de que la inclusión de un actor social como el Centro de Denuncias Comunitario es importante para ayudar a personas que tienen este tipo de inconvenientes. Desde este punto de vista, se puede concluir que el proyecto es viable.

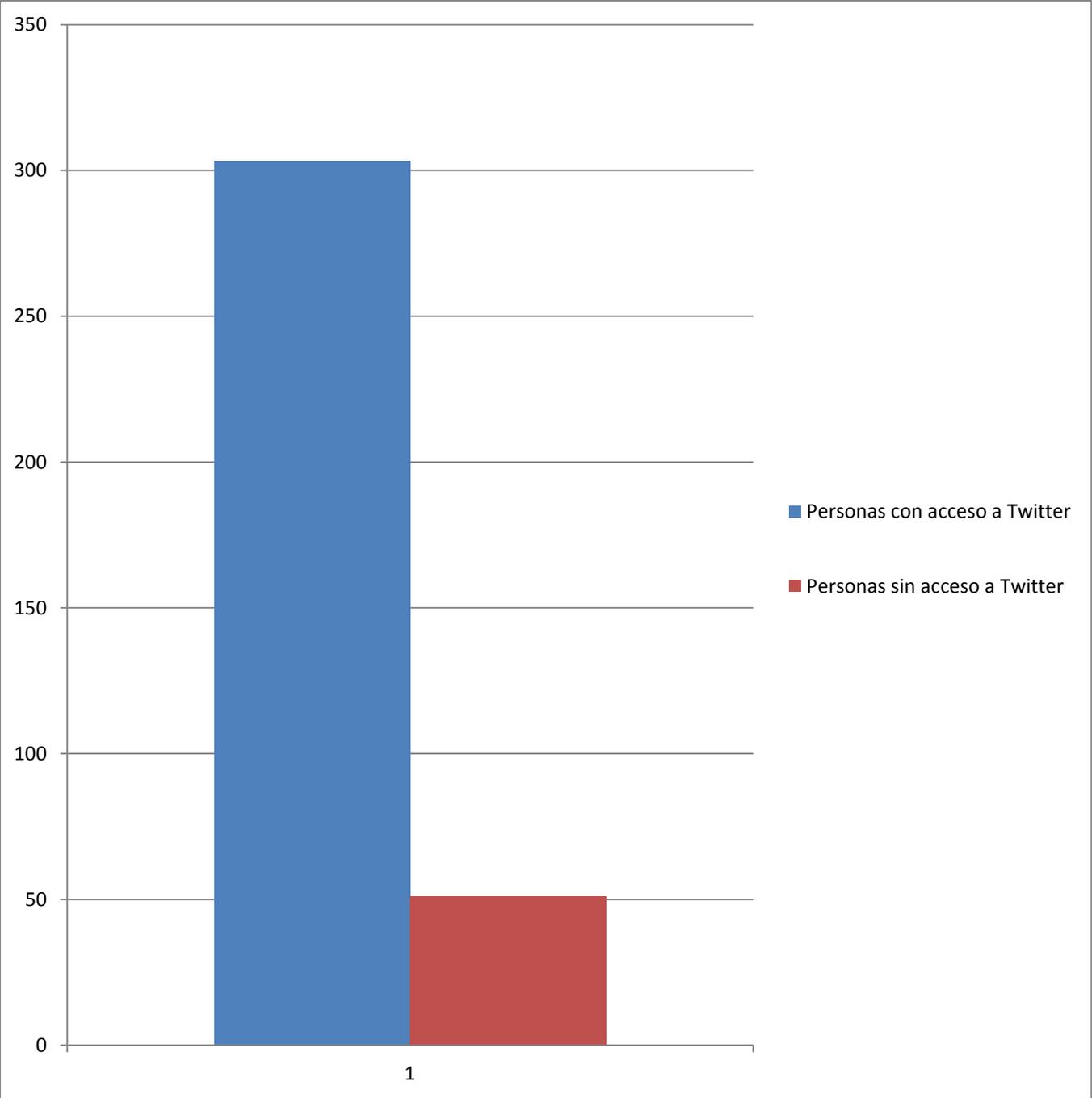
Cuadros estadísticos.-

Tomando como datos los resultados de la muestra poblacional realizada en el sector delimitado para el presente trabajo de investigación, se pudo establecer que el acceso a internet en los lugares urbano-marginales es alto porque los negocios como los cibercafés han proliferado.

Precisamente el auge de estos negocios se debe a la demanda que tienen los moradores por el uso de internet. Los jóvenes son los que más acuden a estos establecimientos. Ellos optan por revisar las páginas relacionadas a las redes sociales.

En estos lugares no suele hacerse denuncias vía Twitter, que es la propuesta del proyecto de investigación, y eso es lo que precisamente se busca inducir, tomando en cuenta que el trabajo solidario en beneficio de una comunidad o sector forma parte del Buen Vivir, mandato constitucional establecido en la vigente Carta Magna.





Los cuadros estadísticos evidencian gráficamente como las personas acceden al Twitter a pesar de no contar con internet en casa y la mayoría coincidió en aseverar que utilizan esta red social para informarse y dar a conocer cierta información.

Al ser consultados sobre la posibilidad de denunciar un problema que aqueja a su sector por esta vía, la mayoría señaló que están dispuestos a hacerlo porque consideran que de esta manera sus requerimientos son atendidos y solucionados a la brevedad posible. Asimismo, señalaron que los noticieros comunitarios son de vital importancia para las personas que necesitan ser escuchadas.

En relación a la proliferación de los cibercafés, hasta mayo de 2012, la Superintendencia de Telecomunicaciones (Suptel) reportó 2041 cibercafés con certificado de registro a nivel nacional, siendo Pichincha y Guayas las provincias con más número de establecimientos.

Provincia	Número de establecimientos
Azuay	95
Bolívar	28
Cañar	23
Carchi	11
Chimborazo	132
Cotopaxi	42
El Oro	65
Esmeraldas	13
Galápagos	21
Guayas	333
Imbabura	75
Loja	64
Los Ríos	24
Manabí	84
Morona Santiago	16
Napo	16
Orellana	20
Pastaza	17

Pichincha	715
Santa Elena	31
Santo Domingo de los Tsáchilas	69
Sucumbíos	8
Tungurahua	125
Zamora Chinchipe	14
Total	2041

Estos establecimientos se sujetaron a las normas establecidas por el organismo de control, que es el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel). En la norma 399-18, publicada en el Registro Oficial 643 del 19 de agosto del 2002, se hace referencia a la Regulación de los Centros de Acceso a Internet y Cibercafés. La norma expresa lo siguiente:

Art.1.- Definir como Cibercafés a los Centros de información y acceso a la red de Internet que permiten a sus usuarios acceder a dicha red mediante terminales de usuario final, en un punto, local o ubicación determinados, abiertos al público o a un grupo definido de personas, mediante el uso de equipos de computación y demás terminales relacionados.

Art.2.- Se prohíbe expresamente la prestación de servicios de telecomunicaciones finales o portadores sin contar con el título habilitante correspondiente y solo se los podrá prestar mediante convenios de reventa, de conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente.

Art.3.- La voz sobre internet podrá ser ofrecida por los centros de información y acceso a la red de internet o Cibercafés, de acuerdo a las siguientes condiciones:

- La voz sobre internet podrá ofrecerse exclusivamente para tráfico internacional saliente, prohibiéndose su utilización para la realización de llamadas locales, regionales, llamadas de larga distancia nacional, llamadas a servicios celulares o llamadas a servicio móvil avanzado.
- El número de equipos terminales asignados para uso de voz sobre internet, en ningún caso, podrá exceder del 25 por ciento de la capacidad total de terminales instalados

para atención al público en los Centros de información y acceso a la red Internet o Cibercafés.

- Los Centros de información y acceso a la red de Internet o Cibercafés que cuenten con dos o tres terminales totales podrán asignar solo uno para uso de voz sobre internet.
- Los Centros de información y acceso a la red de Internet o Cibercafés que ofrezcan voz sobre Internet, de conformidad con lo señalado en los literales a) y b) del presente artículo requerirán únicamente de un certificado de registro, de conformidad con el artículo 7 de la presente resolución.
- Los Centros de información y acceso a la red de Internet o Cibercafés deberán presentar semestralmente a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel) reportes relacionados con las aplicaciones prestadas por los cibercafés en los formatos a publicarse en la página web del Conatel.
- Los Centros de información y acceso a la red de Internet o Cibercafés deberán presentar semestralmente a la Senatel y a la Superintendencia de Telecomunicaciones (Suptel), reportes relativos al tráfico de voz que cursan por internet en los formatos a publicarse en la página web del Conatel.

Discusión y valoración.-

Las redes sociales son de vital importancia para el desarrollo de los seres humanos ya que por su naturaleza se interrelacionan. En el caso particular del Twitter, obtener información en línea resulta una ventaja para el procesamiento de la información a la mayor brevedad posible.

Esa fue la causa principal para que en el proyecto investigativo se utilice esta red social ya que es utilizada en los noticieros comunitarios para interactuar con la audiencia. Demostrar que esa relación aumenta o disminuye dependiendo de la efectividad con que son atendidas las denuncias remitidas por esta vía es uno de los propósitos del presente proyecto de investigación.

El valor que se le pueda dar a este trabajo estará supeditado a la viabilidad del mismo y los datos obtenidos demuestran que es posible su ejecución.

**CAPÍTULO 5:
CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES**

Conclusiones.-

Luego del respectivo análisis, se pueden establecer algunos aspectos para que el presente trabajo tenga su fundamento. Es necesario tener en cuenta que la importancia de la red social Twitter como una vía de retroalimentación entre los noticieros comunitarios y la audiencia es el objetivo del proyecto, pero durante el desarrollo del mismo surgió la necesidad de incorporar un tercer actor social.

Esto, debido a que el uso del Twitter, si bien está en auge, no llega todavía a muchas familias, en especial, a aquellas que habitan en los sectores urbano-marginales. Promover el uso de esta vía en dichos lugares y sumar la solidaridad entre vecinos fue el nuevo aporte que surgió en el presente proyecto. Esto último, se enmarca en el mandato constitucional del Buen Vivir.

Por tanto, las conclusiones que se pudieron establecer con el desarrollo del presente trabajo investigativo son las siguientes:

- La red social Twitter es una poderosa herramienta que ayuda al tratamiento de la información a la mayor brevedad posible.
- En la actualidad, alrededor de 200 millones de personas en todo el mundo tienen acceso a esta vía lo que evidencia su importancia y necesidad.
- Otra ventaja del Twitter es la inclusión de archivos adjuntos (texto, videos, fotos) lo que permite que la información sea más completa.
- Los moradores de los sectores suburbanos son los que mayormente suelen presentar quejas y denuncias de acuerdo a la necesidad que tengan en su comunidad. Este nicho ha sido muy bien explotado por los noticieros comunitarios para exponer a las autoridades correspondientes la problemática ‘in situ’.
- Según la publicación del último Censo Poblacional realizado a nivel nacional, en el 2010, existen 856.989 cuentas de acceso a la red y un total de 3’333.459 usuarios, distribuidos en los 159 proveedores de internet que se encuentran en el país. El

informe agrega que del total de cuentas, 354.577, corresponden a operadoras móviles, es decir, que acceden desde teléfonos celulares. Tomando en consideración que el Ecuador cuenta con una población de 14'306.876 habitantes, se deduce que el 23.3 por ciento de los ecuatorianos son usuarios de internet.

- A más del uso que le puedan dar los noticieros a la red social Twitter, esta herramienta sirve también para que los usuarios puedan interactuar con sus celebridades y obtener información de estos de primera mano.

En resumen, el presente proyecto de investigación sienta las bases para la implementación de un trabajo que beneficie a la comunidad. No se busca una ganancia lucrativa sino aportar con un novedoso mecanismo para que las personas aprendan a convivir y a resolver los problemas de su sector. Contrario a lo que se pueda pensar, el Centro de Denuncias Comunitario solo adopta el nombre ya que la infraestructura existe y solo depende de la predisposición y buena voluntad que tenga el dueño o administrador del local para que se cristalice esta obra.

Quizás, en principio, este proyecto no tendrá la acogida que uno se planteó en primera instancia, pero, lo importante será que los moradores del sector entiendan que tienen derechos y que si uno de ellos se está vulnerando, deben exigir su inmediata reparación.

Recomendaciones.-

La inclusión del Centro de Denuncias Comunitario es un proyecto piloto de dos estudiantes de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte (BOZA RAMÍREZ JORGE ANTONIO Y VILLACRÉS YUPA DARWIN STALYN) que tiene como finalidad integrar a las personas de un determinado sector.

El éxito del plan dependerá de la importancia que le den los moradores a los problemas que aquejan a una comunidad. La resolución de los mismos no solo beneficiará a unos cuantos, sino a todos.

Para ello, será importante el aporte que hagan los estudiantes de la escuela Adolfo H. Simmonds en el sentido de difundir en el sector que los seres humanos deben aprender a vivir en comunidad y que los problemas de tipo comunitarios se solucionan si todos se involucran.

Aprovechar los recursos tecnológicos en la actualidad es una forma de no quedar al margen de la sociedad. Precisamente, estas herramientas ayudan a su desarrollo y, por consiguiente, a la buena convivencia por parte de los moradores.

El apoyo periodístico para determinar la importancia e influencia que tienen las redes sociales -en este caso Twitter- en las personas ha sido un factor determinante y, por ello, debe mantenerse este vínculo. De hecho, los noticieros han implementado estas herramientas para obtener una mejor relación con su audiencia, resultado que se ha evidenciado con la inclusión de un segmento dedicado a receptor denuncias a través de esta vía.

Esto ha permitido que el Twitter sea una de las redes sociales -si no es la única- que tenga cabida en los noticieros como una de sus fuentes de consulta. De hecho, la mayoría de periodistas que se encuentran en el lugar de la noticia aprovechan esta herramienta para empezar a difundir información.

De lo expuesto anteriormente, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

- Aprovechar los recursos tecnológicos en beneficio de una comunidad o sector.
- Que los noticieros, en general, busquen interrelacionarse con su audiencia.
- Explotar los recursos que tenga un centro de estudio en procura de contribuir al bienestar del sector donde está ubicado. Su aporte será de mucha importancia para la comunidad.
- Proporcionar a las autoridades correspondientes una ayuda para determinar qué zona o sector es a la que deben atender con prioridad.
- La inmediatez con que las autoridades atienden estos problemas es otro de los avances que proporciona la red social y que debe ser tomado en cuenta para canalizar las quejas o denuncias a través de esta vía.

En conclusión, el proyecto de investigación partió de un análisis en el que se fueron descubriendo varias aristas, como la inclusión del Centro de Denuncias Comunitario, así como resaltar la importancia de la solidaridad y el buen vivir en una comunidad o sector. Este es el aporte del presente trabajo investigativo.

La implementación del Centro de Denuncias Comunitario se lo hará con los recursos con que cuenta la comunidad o sector. En este caso, la Escuela Adolfo H. Simmonds, ubicada en las calles Portete, entre la 27 y la 28, cumplirá con esa función. El laboratorio de computación del centro educativo estará habilitado en un horario por definir para que recepte las quejas y las remita al noticiario, que servirá de enlace con la autoridad competente.



- Escuela Adolfo H. Simmonds. Foto: Stalyn Villacrés.

La directora del establecimiento educativo, Fanny Tigreros González, se mostró entusiasta con la iniciativa y aseveró que, a través de los estudiantes, podía acercarse a los padres de

familia para darles a conocer lo necesario que es reunirse y solidarizarse para el beneficio de la comunidad. Así comenzaría el efecto multiplicador.



- Lcda. Fanny Tigreros González. Foto: Stalyn Villacrés.

CAPÍTULO 6: LA PROPUESTA

Título: Inclusión de un actor social.-

El proyecto de investigación tiene como objetivo analizar la importancia que tienen las redes sociales -en este caso Twitter- y su uso en los noticieros comunitarios como una herramienta eficaz para la interrelación con su audiencia.

Durante el análisis del proyecto se pudo determinar que, a través de esta vía, los noticieros se han convertido en los portavoces de las personas que requieren la pronta atención de las autoridades para la solución de alguna queja o denuncia.

Asimismo, se corroboró que la mayoría de las quejas provienen de los lugares urbano-marginales. El noticiero envía un equipo periodístico al lugar para constatar la situación y hacer un llamado a las autoridades pertinentes para una inmediata solución.

De ser necesario, los noticieros hacen un seguimiento de la queja o denuncia para verificar que esta haya sido resuelta a la brevedad posible. Bajo este formato, muchos problemas se han solucionado.

Por ejemplo, el 2 de febrero de 2012, una publicación de diario El Universo dio cuenta de una noticia que se generó a través del Twitter. De acuerdo al rotativo, el ciudadano Diego Andrade Villalva hizo una denuncia por esta vía de supuestas irregularidades cometidas por agentes de la Comisión de Tránsito del Ecuador (CTE).

Andrade remitió el 13 de enero, a través de esta red social, una denuncia al presidente de la República, Rafael Correa, tras ser citado por supuestamente no tener instalado correctamente el tubo de escape en un camión.

"Agentes CTE afirman q Yo debo modificar tubo de escape de su estado original conforme al reglamento. Es verdad esto?", consultó el ciudadano al Primer Mandatario.

Incluso, le solicitó al jefe de Estado aplicar "mano dura con CTE. Continúa extorsión a conductores. Inventan leyes reglamentos e infracciones por obtener coimas", añade la denuncia vía texto.

Esto motivó la respuesta de Correa doce días después, por la misma vía, cuando dijo al director de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), Mauricio Peña, y al gobernador del Guayas en ese entonces, Roberto Cuero, que "esto no puede ocurrir".

Inmediatamente, la Gobernación sirvió de enlace para gestionar el reclamo de Andrade y le solicitó vía Twitter que emita por escrito su denuncia.

La decisión de la CTE se publicó el 31 de enero cuando el director ejecutivo de la entidad, Héctor Solórzano Camacho, envió una carta al denunciante para indicarle que tras una exhaustiva investigación, se determinó que la atención que recibió en el destacamento de Jujan, no fue la de un servidor público.

Por ello, Solórzano explicó al supuesto perjudicado que dispuso la sanción administrativa-disciplinaria al agente de tránsito, cabo Julio León Rodríguez, por levantar una infracción que no se encuadra en el reglamento vigente y al sargento León Julio por no brindarle la debida atención, como corresponde a un servidor público". Cabe destacar que los nombres de los uniformados fueron copiados del documento de la CTE, según detalló diario El Universo en su publicación.

Además, Solórzano ordenó el cambio de servicio de los uniformados y la anulación de la mencionada citación.

Ejemplos como el citado anteriormente corroboran la buena labor que cumplen los noticieros comunitarios al interactuar con las personas para receptar sus quejas o denuncias. Esta modalidad ya forma parte esencial en el formato de este tipo de noticieros.

Ante ello, se consideró acertada decisión de incluir un segmento de denuncias en los noticieros comunitarios para que la ciudadanía presente su queja vía Twitter. Sin embargo, hay personas que aún no tienen acceso a esta herramienta, lo que dificulta su participación.

El último Censo Poblacional del 2010 establece que en el país existen 354.577 cuentas de internet desde operadoras móviles.

Según la publicación del último Censo Poblacional realizado a nivel nacional, en el 2010, existen 856.989 cuentas de acceso a la red y un total de 3'333.459 usuarios, distribuidos en los 159 proveedores de internet que se encuentran en el país. El informe agrega que del total de cuentas, 354.577, corresponden a operadoras móviles, es decir, que acceden desde teléfonos celulares. Tomando en consideración que el Ecuador cuenta con una población de 14'306.876 habitantes, se deduce que el 23.3 por ciento de los ecuatorianos son usuarios de internet.

La modalidad de transmitir las denuncias de un determinado sector o comunidad no es nueva en América Latina, se la ha implementado conforme el avance de la tecnología. De hecho, este nuevo esquema ha suplantado a las denominadas 'Comisarías en la calle'.

La estación televisiva RTS tenía un centro de denuncias en los bajos de la Casa de la Cultura-Núcleo del Guayas donde un periodista receptaba las quejas o reclamos de los ciudadanos que, a las 06:00, ya estaban apostados en el lugar para exponer su caso.

Este sistema no tuvo mucho éxito porque las autoridades -en la mayoría de los casos- no se hacían eco de la denuncia. A diferencia del Twitter, la 'Comisaría en la calle' solo mostraba a una persona presentando una denuncia. Algo 'frio' para la audiencia porque no se veía el drama de la misma.

En cambio, con el Twitter ya no es el afectado el que busca que su voz sea escuchada, sino que denuncia en su propio entorno. Muestra la realidad de lo que está sucediendo a las autoridades y la presión que generan los medios de comunicación hace que estos se pronuncien.

Previo a las fiestas patronales de Guayaquil, el Municipio puso en marcha un plan de remodelación de parques. Esto fue aprovechado por la ciudadanía para pedir la intervención de la autoridad seccional en su sector.

Otro problema que presentaban las 'Comisarías en la calle' era el estilo que imponían algunos periodistas que rayaban en lo popular haciendo de la queja del ciudadano un 'show', al tiempo que desenfocaba el propósito de la denuncia.

Mauricio Ayora conducía el espacio el año pasado y estaba basado en un formato popular, con un escritorio y un letrado que lo identificaba como el ‘Comisario Caterva’.

Con el agitar de una campana y a la voz de ‘audiencia pública’, el periodista atendía de lunes a viernes, desde las 08:00, a su ‘clientela’. Son de 30 a 40 personas que denuncian desde el asalto del que fueron víctimas, hasta los ladridos del perro del vecino. El espacio no diferenciaba las quejas y las atendía según el caso.

Este segmento formaba parte del Noticiero de la Comunidad de la estación televisiva RTS, que dirige Hugo Gavilanes desde diciembre de 2010. Ayora asumía el rol de juez, jurado y verdugo, marcando así una tendencia en el formato de los noticieros comunitarios en ese entonces. Antes de la implementación del Twitter.

“Yo les pongo la sentencia. Les dejo en libertad o los condeno. Para mí, encima del derecho del delincuente está el derecho de la víctima”, aseveró el periodista. Sin embargo, esto se acaba con el veredicto de Ayora ya que las denuncias de los espectadores se quedaban sin seguir el trámite legal correspondiente.

A pesar de ello, este estilo popular fue replicado por otros medios, en menor o mayor proporción. Hace tres años, en Canal Uno, Hugo Gavilanes ya ejercía este tipo de periodismo, con un estilo frontal, alzando la voz y llegando, incluso, a la confrontación; lo que sirvió para mantener su espacio con buen rating en horario nocturno.

Sobre esto, el sociólogo Héctor Chiriboga, señaló que el periodismo dejó de lado su papel de mediador y adoptó otro rol. “Con estos programas pasó a ser básicamente un tramitador de las necesidades y servicios de estas comunidades, que deja esos problemas en su cascarón dramático. Eso está mal”, acotó.

Ante esto, Gavilanes reconoció que su estilo rompe el rol de mediador de un periodista, pero se justificó aduciendo que de no ser así las autoridades no resuelven los problemas de la comunidad.

Algo similar hacía Canal Uno todas las mañanas en su noticiero con Steven Macías, quien receptaba las denuncias de falta de agua en una ciudadela o los pedidos de obras públicas.

Incluso, incorporó a la locutora radial Mayra Montaña, la popular ‘Bombón’, para remplazar a Gavilanes.

El propósito era hacer que el público acceda a la noticia en un lenguaje directo y popular, además que el periodista le resuelva sus problemas.

En Televistazo en la Comunidad, de la estación televisiva Ecuavisa, se incorporó el espacio ‘Ayúdame Henry’, en el que Henry Dueñas reporta los problemas suscitados en un sector. Así también, el periodista da consejos de seguridad para evitar robos.

Este estilo, si bien se enmarca en lo popular, evita caer en el extremo conservando así el formato que tienen los noticieros de este medio de comunicación.

Por su parte, el canal Teleamazonas tiene el segmento de reportero ciudadano, donde reciben videos y fotos de sus televidentes con denuncias y quejas sobre servicios básicos. Este formato es innovador porque hace que el ciudadano participe como un ‘periodista’ más revelando la necesidad que tenga una determinada comunidad.

Otro elemento que ha tenido repunte en este tipo de noticieros es la crónica roja. Mantienen reportes en vivo desde la Fiscalía o la Policía Judicial del Guayas (PJ-G) donde las autoridades dan a conocer los últimos sucesos del día.

Según Ibope, encuestadora de medios de comunicación, el rating de RTS durante marzo de 2011, en el espacio de las 08:00 a las 09:30 fluctuó entre los 10.2 a 3.4 puntos, en su día más bajo. Teleamazonas tuvo entre 5.8 y 1.2. Ecuavisa, de 7.6 a 4.0.

TC Televisión estuvo entre 13.1 y 3.3, pero este canal a partir de las 08:25 deja las noticias comunitarias por otra programación.

Ibope realizó estas mediciones basado en el número de televisores encendidos en ese espacio, que se denomina ‘horario A’. El rating promedio en ese lapso es de 10 puntos, según la encuestadora. En el ‘AA’, que es en la tarde, 15; y en ‘AAA’, nocturno, 25 puntos.

Un factor que está relacionado al éxito o no de un noticiario comunitario está en el reportero que conduce estos espacios. El periodista debe manejar un lenguaje popular. “Yo decidí ser como la gente, hablar como ellos, porque es la única forma que me entiendan”, manifestó Mauricio Ayora.

Para Carlos Armanza, director de noticias de TC Televisión, los noticiarios matutinos han cambiado debido a las exigencias actuales. “Ahora todos estamos en el tema de ganar rating y crónica roja. Comunidad no es solo ir a un barrio y solucionar problemas”, sostuvo.

Armanza aseguró que los medios de comunicación, en la actualidad, han asumido el rol de ayudar a la gente, al tiempo que reconoció que esa no es la función del periodismo, pero la audiencia así lo exige.

Retomando el tema de la inclusión de un actor social, en el presente proyecto de investigación quedó establecido que la implementación de un Centro de Denuncias Comunitario beneficiará al sector porque recoge un poco el concepto de las denominadas Comisarías en la Calle.

La diferencia radica en la modalidad ya que con este centro, el ciudadano acude a presentar su denuncia sin pasar por la exposición pública, como se hacía anteriormente. Ahora es más directo y se aprovechan los recursos tecnológicos, en este caso, las redes sociales y, particularmente, el Twitter.

Justificación.-

La propuesta de incluir un Centro de Denuncias Comunitario surgió del presente análisis de las redes sociales como un complemento del proyecto de investigación.

Este centro sentará las bases para que la comunidad pueda encaminar su queja o denuncia de forma ordenada y con el debido soporte ya que al tener el respaldo de los moradores de un determinado sector, las autoridades podrán brindarle la atención requerida.

La organización de los barrios o comunidades es algo que se viene dando con mucha frecuencia y que ha dado resultados positivos. Por ejemplo, para combatir la delincuencia, la

Policía trabaja en planes de seguridad coordinando acciones con los moradores de un determinado sector.

“Barrio Seguro” y “Desarmemos a los Delincuentes” son programas que tienen como objetivo concretar una mayor participación de la ciudadanía en la lucha contra el hampa. Estos proyectos se desarrollan en las 24 provincias del país.

Estos programas de seguridad con participación ciudadana nacieron tras los excelentes resultados logrados, a nivel nacional, por la Policía en la lucha contra la delincuencia.

El ministro del Interior, José Serrano, reveló la participación de nueve asociaciones distritales que congregan a más de 26.000 líderes de 484 sectores organizados de Guayaquil, quienes se comprometieron a brindar información totalmente reservada sobre las guaridas del hampa.

El Secretario de Estado calificó esta campaña como fundamental para el desarrollo armonioso de la sociedad ecuatoriana. “Vamos (a estar) justamente, donde ya hemos venido trabajando cerca de 8 meses en Guayaquil, con los Barrios Seguros, consolidando la relación de la Policía Comunitaria y el pueblo. Con el inicio de la campaña Desarmemos a los delincuentes, se está fortaleciendo la lucha contra una minoría que pretenden a través de la fuerza y violencia establecer su ley y violentar los derechos de los ciudadanos que queremos vivir en paz y tranquilidad”, manifestó Serrano.

Este plan fue destacado por el presidente de la Comisión de Participación Ciudadana, Raúl Patiño Aroca, quien vio con buenos ojos el fortalecimiento de las redes de solidaridad en los barrios organizados para dar con el paradero de los delincuentes y las bandas delictivas que operan en Guayaquil.

Con la organización de las comunidades barriales se han conseguido muchos logros. Asimismo, se pretende que las denuncias de tipo comunitario tengan soluciones rápidas. Por ello, el centro será importante porque, a más de cumplir con el objetivo inicial, se busca aprovechar los recursos con que cuenta la comunidad.

Y eso precisamente es lo que se hace. El lugar físico donde funcionará el Centro de Denuncias Comunitario será contribución de la escuela Adolfo H. Simmonds. La directora de institución educativa, Fanny Tigreros González, mostró su conformidad por la propuesta.

La docente está consciente de que el colegio debe dar un aporte extracurricular en beneficio de la comunidad. Eso es lo que hará con este proyecto.

El avance o desarrollo de un barrio o comunidad está supeditado a la iniciativa que tengan los moradores. Es por esto que se buscará un acercamiento con ellos a través de los estudiantes de la escuela.

Tigreros señaló que existen dos vías para conseguir la participación de los moradores: Convocando a una reunión en el centro educativo o utilizando a los estudiantes como mediadores. Esto último es lo más viable, ya que infundir en el alumno el espíritu del buen vivir es cosechar a futuro.

Cabe reiterar que el Buen Vivir es otro de los aspectos que se está destacando en el presente proyecto de investigación. Este mandato constitucional es el centro de la investigación y la base en que se sustenta la propuesta porque hacer una denuncia vía Twitter puede hacérsela desde cualquier dispositivo móvil, pero haciéndola a través del centro se pretende involucrar a todas las personas que viven en el sector.

En pocas palabras y tomando aquel refrán que dice “La unión hace la fuerza”, habrá mayores posibilidades de que las autoridades se hagan presentes ante una queja o denuncia cuando escuchen el pedido de los moradores de un determinado sector que de una persona en particular.

Esto, sumado a la labor del noticiero comunitario que estará vigilante de que el pedido de la ciudadanía sea escuchado y, por consiguiente, atendido.

Esta cadena de retroalimentación: Ciudadanía-Medio de Comunicación-Autoridades es fundamental para el progreso de una comunidad.

En el XIII Foro organizado por la Fundación Hugo Zárata, en España, se habló sobre la relación de los medios de comunicación y la ciudadanía. En la época actual, los medios de comunicación forman parte de la estructura de transmisión de conocimiento entre las personas y el entorno en que viven.

Mark Woessner, durante unos años director ejecutivo de Bertelsmann, una de las tres mayores corporaciones de medios de comunicación del planeta, aseveró en una ocasión que, en el siglo XXI, la fuerza conductora en el mundo productivo será la información. En ese sentido, entre las funciones de los medios de comunicación en el actual modelo social que se vive está la creación de una imagen de la realidad, más o menos deformada, pero nunca exacta.

Sobre esto, Enrique Lynch, en su obra *La Televisión: El Espejo del Reino*”, precisó que este instrumento enseña un estado del mundo y no le preocupa en absoluto que sea uno solo porque lo que en verdad está haciendo es reproducirlo. En términos psicológicos, los seres humanos crean estereotipos que permiten simplificar y agrupar la realidad.

Un apartado específico de los estereotipos son las llamadas representaciones sociales, que se refieren a la imagen social o compartida, de manera mayoritaria, de determinadas cuestiones, personas, acontecimientos o colectivos.

Ante esto, los medios de comunicación son grandes creadores, divulgadores y mantenedores de las representaciones sociales. Esta representación social tiene tanta fuerza que hace años que forma parte de la propia realidad como un elemento o faceta más, que es necesario tener en cuenta.

Para cumplir con estas representaciones, los medios de comunicación siguen un mecanismo. En primer lugar, los medios de comunicación no sólo se refieren a la información y a los periodistas, sino también que abarcan reportajes, series de ficción, radio-formulas, publicidad, debates, entrevistas, entre otros.

En el foro se determinó que los asuntos relacionados con la sociedad interesan a los ciudadanos. Si bien el tema es algo obvio, hay que recalcarlo. Por ejemplo, las encuestas realizadas en España en las últimas tres décadas para percibir que la salud, la educación, las

cuestiones de género, las migraciones, el medio ambiente o la solidaridad, son algunos de los temas que más preocupa a los españoles.

Los medios de comunicación repiten periódicamente que ellos se limitan a reflejar la realidad, y, por tanto, esa situación debería tener una correcta correlación con el tratamiento del tema en estas empresas, pero esto no es así. Ni cuantitativa ni cualitativamente, los medios de comunicación otorgan a esos y otros asuntos el lugar que sí le dan los ciudadanos.

Cuantitativamente porque es evidente que no se trata de los asuntos con más presencia en los medios de comunicación. El debate político o los deportes, concretamente el fútbol, cuentan con más espacio y más tiempo en cualquier medio de comunicación.

Y cualitativamente porque en los casos en los que los medios sí se ocupan de esos temas, no siempre lo hacen con el rigor que sería necesario. Cualquier medio de comunicación cuenta con destacados especialistas en fútbol, terrorismo o programación de televisión, pero no siempre se tienen especialistas en drogas, maltrato a mujeres, migraciones, educación escolar o el cambio climático.

Es decir, que los denominados temas sociales no siempre reciben el tratamiento adecuado en los medios de comunicación. Conocer las causas por la que se produce esa situación ayudará a cambiar la tendencia.

En primer lugar hay que decir que la formación de los periodistas y de otros profesionales de los medios como guionistas, programadores, productores o publicistas, no incluye los temas sociales. A pesar de no tener una formación específica, estos profesionales son los transmisores de mensajes, ya sea en forma de información u opinión.

Por otra parte, hay que decir que, para los medios de comunicación, tampoco parecen importantes los llamados temas sociales que son frecuentemente cubiertos por becarios.

Esta situación es muy importante porque la inmensa mayoría de los ciudadanos no tiene acceso directo a las fuentes informativas y se informan a través de los medios de comunicación. Dado que la imparcialidad absoluta no existe, es evidente que la manera en que se le presentan esas informaciones determinará la manera en que las percibe. Por ejemplo,

la inmigración es vista como una oportunidad, una riqueza o un problema en buena medida por la forma en que es percibida por los ciudadanos.

Ante esta situación, se puede plantear a los medios de comunicación la necesidad de contar con especialistas o que sean rigurosos a la hora de abordar determinados temas.

Los medios de comunicación han alcanzado en nuestra sociedad una importancia capital como agentes de socialización y de culturización. Por ello, para conocer y explicar las representaciones socialmente dominantes sobre cualquier fenómeno no basta con limitarse a analizar la realidad del fenómeno en sí, ni tampoco con el análisis de la opinión pública mediante técnicas cuantitativas o cualitativas.

Es necesario, además, analizar la opinión publicitada o publicada, o lo que es lo mismo, analizar cuál es el tratamiento que el fenómeno recibe en los medios de comunicación social, para encontrar así algunas de las claves del porqué de esas representaciones socialmente dominantes.

A la hora de abordar los asuntos sociales es necesario distinguir tres ámbitos de análisis interdependientes entre sí: La realidad objetiva de esas situaciones (determinación cuantitativa y cualitativa del problema), conocida fundamentalmente a través de estudios e investigaciones.

Las representaciones sociales existentes sobre el problema, que condiciona los valores, actitudes y comportamientos de los propios ciudadanos, de los agentes sociales/familiares implicados, de los profesionales, de la administración, de los grupos de interés, de los profesionales de los medios de comunicación y de la población en general.

La imagen mediática difundida por la prensa, la radio, la televisión, el cine, la publicidad, pero también –y cada vez más– por nuevos sistemas de comunicación como internet o los videojuegos. Una imagen derivada tanto de los contenidos informativos como de los contenidos de ocio y ficción, de los mensajes promocionales y comerciales, entre otros.

A pesar de cierta ideología periodística, los medios de comunicación no se limitan a contar lo que pasa, a ser notarios de la realidad, pero tampoco construyen la realidad como durante

mucho tiempo ha mantenido el radicalismo crítico. Su papel es más bien el de productores de sentido: Seleccionando aspectos de la realidad, descontextualizándolos e integrándolos en un discurso que, en el caso de los temas sociales, conlleva a una determinada visión de esa realidad en forma de problema u oportunidad. Esto, a través de una determinada presentación de datos, causas y consecuencias, así como de sus responsables y soluciones. Una visión que, sin duda, puede contribuir en los ciudadanos a sentir que se encuentran ante una amenaza o ante una oportunidad.

En pocas palabras, el discurso mediático sobre las cuestiones sociales no obedece ni al azar ni a la necesidad, sino al orden: Existen unas reglas de formulación del relato dependiendo de cada medio, de cada género, de cada formato (según lo que se considera periodístico, interesante, con gancho) a la esta supeditado el tratamiento del fenómeno, en términos cuantitativos y cualitativos.

Esa producción de sentido operada por los medios de comunicación genera un triple efecto entre los ciudadanos:

- **Cognitivo.** Los medios de comunicación definen la agenda de temas de los ciudadanos (de qué se habla), de modo que lo que no aparece queda fuera del campo de atención de la opinión pública y es como si no existiese.
- **Actitud.** Los medios influyen en qué se debe pensar sobre esos temas, en la medida en la que también establecen la agenda de posicionamiento o argumentaciones a manejar. Generalmente su efecto es el de refuerzo de actitudes y eliminación de las disonancias.
- **Conducta.** Aunque su papel en la modificación de los comportamientos tiene que ver más con el de una semilla (como señala la Cultivation Theory de Gebner) que evoluciona sometida a las interacciones del entorno que, con el estímulo, condiciona mecánicamente una respuesta.

Es necesario señalar que no se pueden analizar a los medios de comunicación sin tener en cuenta la revolución que se está produciendo y que es promovida por las llamadas nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Ignacio Ramonet señaló hace años que las autopistas de la información y el elemento multimedia son los pilares de la nueva sociedad. En la actualidad, la convergencia de las tecnologías permite que una única vía y un único medio concentren las posibilidades de participación de la ciudadanía en la sociedad de la información.

Otro aspecto colateral de los nuevos medios es la imprescindible necesidad de transmitir en directo. Para un noticiero siempre es más importante una información si tiene en el lugar a un enviado especial. Estas conexiones en directo o desde el lugar del suceso pueden aportar imágenes, frescura y hasta cierto costumbrismo, pero no siempre aportan reflexión e información veraz. Estar allí no es sinónimo de saber lo que pasa o lo que ha pasado.

Durante décadas, los medios de comunicación han permitido a millones de personas tener información del mundo, de la realidad. En la actualidad, los medios de comunicación forman parte de esa realidad.

Es notorio señalar que la información y la comunicación son fundamentales para la democracia. Desde un punto de vista histórico, político y sociológico, es evidente la estrecha relación que ha existido siempre entre la información y el ejercicio del poder.

Es ya habitual manifestar que la información es poder. El modo cómo se da su producción, almacenamiento y difusión representa el punto neurálgico en la lucha política. La propuesta de democratizar la información para democratizar la sociedad debe ser vista en este contexto.

Nunca está de más insistir en la importancia de esta cuestión para la construcción de un modelo de desarrollo humano democrático y sostenible, centro de las preocupaciones de los movimientos sociales y en especial de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG).

La democracia es, o debe ser, participación de la ciudadanía en los asuntos públicos y no únicamente un sistema político basado en la elección periódica de los partidos para gobernar.

En el juego democrático, la lucha social se convierte en la fuerza motora y las elecciones son el sistema para permitir la acción de gobierno a las nuevas mayorías sociales, que se crean en la constante evolución de las sociedades.

Ejercer la ciudadanía no es votar cada cuatro o cinco años, es participar de manera permanente en la lucha social. Personas, grupos y clases sociales, depositarias de derechos y deberes, disputan entre sí para lograr ser mayoritarios y poder convertir en políticas públicas sus ideas, opiniones, propuestas y visión del mundo.

Esa lucha social no se desarrolla en forma de conflicto abierto sino a través de la acción de las personas y grupos, las alianzas, los pactos, los compromisos, la elaboración de discursos sólidos, la sensibilización social y la difusión de sus posturas en amplias capas de la sociedad. El objetivo final no es otro que obtener mayor capacidad de presión política.

El carácter estratégico de la comunicación y, en especial, de los medios de comunicación, consiste en el hecho de que sea el espacio principal de la lucha democrática por lograr que determinadas opciones se conviertan en directrices de gobierno. La confrontación de la ciudadanía en torno a valores, visiones, ideales, propuestas y proyectos de sociedades y de modelos de desarrollo, se produce, mayoritariamente a través de los medios de comunicación.

Un tema de especial interés es la relación entre los medios de comunicación y el desarrollo, y más concretamente la cooperación para este último. La asociación entre desarrollo y comunicación ha sido, en muchas ocasiones, una construcción teórica forzada, con muy poca incidencia práctica.

La economía, la política y la sociología han sido disciplinas más presentes en el desarrollo, entendido este como intervención social transformadora de la realidad.

La comunicación permite, en parte, el empoderamiento de la ciudadanía y de los diferentes sectores sociales, especialmente en los sectores más marginado y excluidos. La comunicación permite su visibilización y que se escuche un discurso alternativo. Frente a la creencia en que los cambios sociales se producen de manera espontánea, hoy es mayoritaria la opinión de que son las personas las que generan esos cambios a través de la acción y la comunicación es el elemento que permite coordinar acciones encaminadas a ejercer mayor presión para impulsar o frenar dichos cambios.

La comunicación permite que las demandas sociales de los sectores más excluidos de los países más pobres se conviertan en causas conocidas y apoyadas. Haciendo que estas personas sean vistas como sujetos de derechos y no como víctimas.

La llamada comunicación para el desarrollo tiene por objeto articular las relaciones entre los ciudadanos, creando las condiciones necesarias para el nacimiento de grupos y comunidades y, por otra parte, incluir en la agenda pública las demandas sociales de las diferentes comunidades existentes.

Sea en temas como la cooperación para el desarrollo o en las sociedades autodenominadas del primer mundo, es evidente que estas son muy comunicativas. Tanto que no es posible un análisis de la situación política, económica o cultural sin tener en cuenta la situación de la comunicación.

Sustentación de la propuesta.-

Con la realización de la encuesta, se pudo determinar que las personas tienen conocimiento de internet aunque no tengan un acceso directo.

Por ello, se les planteó la posibilidad de que cuenten con un centro especializado para canalizar sus requerimientos a través de esta vía. En principio, la mayoría está de acuerdo con ello, pero mantuvo las dudas acerca de su viabilidad.

No obstante, esto quedó aclarado una vez que se les explicó a los moradores cómo funcionará el centro y la finalidad que tendrá como impulsor de la correlación que debe existir entre ellos. Es más, se les indicó la importancia que ellos deben darle a su comunidad colaborando por el bien común de la misma.

Luego de aclarar esto, se estableció la viabilidad del proyecto analizando las inmediaciones de la escuela Adolfo H. Simmonds, sede del Centro de Denuncias Comunitario. El detalle se lo revisará más adelante.

La base de este proyecto surgió a raíz de efectuar una rigurosa revisión de las redes sociales y su evolución a través del tiempo. La importancia que ha tenido Twitter en los noticieros y la participación de las personas como “periodistas ciudadanos”.

Luego del análisis, se pudo determinar que la relación Medios de Comunicación-Ciudadanía es de ida y vuelta. Ambos se necesitan y eso quedó ratificado con lo que expusieron los profesionales que participaron en el proyecto de investigación.

El plan piloto del Centro de Denuncias Comunitario tendrá que ser evaluado en un determinado período de tiempo para determinar si resulta o no conveniente. En cuanto a la logística y operatividad sí es viable.

Hay que tener en cuenta que la sociedad debe estar acorde a los avances de la tecnología y el uso de ella se hace cada vez más imperioso. Estar alejado o hacerse el desentendido en estos temas es como estar marginado del mundo globalizado.

Los gobiernos han entendido aquello y por eso impulsan políticas para darle a la sociedad las herramientas tecnológicas adecuadas para su progreso y bienestar. En Ecuador, no es la excepción, eso se ve reflejado con las cifras que maneja el Ministerio de Telecomunicaciones sobre conectividad y accesibilidad al internet.

Los números son alentadores y, de acuerdo a la tendencia, las cifras van en aumento. La idea es llegar a todos los rincones del país.

Si el proyecto es viable, su implementación en otros sectores será factible. Cabe destacar que el aspecto económico no será impedimento porque se utilizarán los recursos con que cuenta el sector. En este caso, se trata de un centro educativo. En otros lugares podría ser un cyber o una vivienda.

Objetivo de la propuesta.-

General.

Buscar la interrelación de las personas a través de una actividad que fomente el bienestar de una comunidad o sector. A esto, sumarle la aplicación de una norma de vida que deriva en el buen vivir y el bienestar común.

Específicos.

1. Dar a la ciudadanía una nueva alternativa para la solución de problemas comunitarios tomando en cuenta que la vía para ello debe estar acorde con los últimos avances tecnológicos.
2. Demostrar que la solidaridad es un valor que puede ampliarse y no circunscribirse al entorno familiar. Esta cualidad, intrínseca del ser humano, es uno de los pilares para tener una mejor sociedad.
3. Con el Centro de Denuncias Comunitario surge un nuevo formato para que los noticieros acojan las quejas y denuncias de la ciudadanía, desterrando así esa modalidad de ‘tribunas de la calle’.

Descripción del Centro de Denuncias Comunitario.-

Inclusión de la Escuela Adolfo H. Simmonds, ubicada en las calles Portete, entre la 27 y la 28, como un centro de denuncias, vía Twitter, para la comunidad.

Como se había señalado con anterioridad, la escuela Adolfo H. Simmonds será la sede del nuevo actor social que se busca implementar como resultado del análisis del presente proyecto de investigación.

La directora del centro de estudios, Fanny Tigreros de González, indicó que el laboratorio de computación funciona paralelamente con el horario de clases. Esto es, de lunes a viernes, de

07:00 a 12:30. “Los alumnos van (al laboratorio) de acuerdo al año de estudio y con el maestro”, acotó.

En el lugar, cuya área es de 6 metros cuadrados, funcionan cinco computadoras, de las cuales cuatro fueron donadas por el Municipio de Guayaquil y la restante fue adquirida por medio de la autogestión. Se estima que cada computadora tiene un valor que supera los 800 dólares.

“Cada una de ellas tiene un regulador de voltaje, monitor, CPU y también tenemos una impresora y un scanner”, manifestó.

El laboratorio esta bajo la supervisión del profesor de esa área, quien podría asumir el rol de receptor de denuncias. Sobre el mantenimiento que se le hace a las máquinas, la docente explicó que cada cierto tiempo acude un técnico del Municipio para revisar el lugar y observar si algo está fallando. Asimismo le dan mantenimiento a los aires acondicionados del plantel.



• Laboratorio de Computación. Foto: Stalyn Villacrés.



- Laboratorio de Computación. Foto: Stalyn Villacrés.



- Laboratorio de Computación. Foto: Stalyn Villacrés.

De funcionar el Centro de Denuncias, Tigreros señaló que este atenderá en horario extracurricular, es decir, a partir de las 13:00 y por espacio de dos horas. Otra alternativa sería los sábados, esta última sería la más viable.

La docente confía en la viabilidad del proyecto ya que la escuela tiene muchos años funcionando en el sector lo que ha derivado en que ella tenga buenas relaciones con los moradores del lugar.

Implementación del centro.-

Recurso tecnológico.

Según lo expuesto por la directora del centro de estudios, el laboratorio cuenta con los recursos tecnológicos adecuados. De hecho, en el trabajo de investigación se estableció que la

idea es aprovechar todos los implementos del sector para abaratar costos y promover su ejecución.

Recurso financiero.

El aspecto financiero para la realización del Centro de Denuncias Comunitario está resuelto si se aplica lo expuesto en el anterior ítem.

El gasto se dio en la ejecución del proyecto de investigación ya que se tuvo que efectuar una encuesta y gastar en los materiales para la elaboración del informe final.

BIBLIOGRAFÍA

Calhoun Craig, Light Donald y Keller Suzane (2000). Sociología Séptima Edición. Madrid: Mc Graw Hill.

Scheffer Richard T. (2006). Introducción a la Sociología Sexta Edición. Madrid: Mc Graw Hill.

Uña Octavio, Hernández Sánchez Alfredo (2004). Diccionario de Sociología. Madrid: Esic.

Sánchez Cerezo Sergio (1983). Diccionario de las Ciencias de la Educación Volumen 2. Madrid: Santillana.

Alonso Campo Juan Ignacio (2002). Enciclopedia de Pedagogía Volumen 5. Madrid: Espasa.

Alonso Campo Juan Ignacio (2002). Enciclopedia de Pedagogía Volumen 4. Madrid: Espasa.

Sanders Donald H. (1990). Informática: Presente y Futuro. Naucalpan de Juárez, México: Mc Graw Hill.

Sanders Donald H. (2007). Informática Moderna: Computación del siglo XXI a tu alcance. Madrid: Diseli.

León García Alberto y Widjaja Indra (2002). Redes de la Comunicación. Madrid: Mc Graw Hill.

Grupo Vistazo (2012). Revista Vistazo. Edición de febrero de 2012.

ANEXOS

Redes sociales: Historia, oportunidades y retos.

http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428

Redes sociales en internet. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

Historia del Twitter. <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Evolución tecnológica y cibermedios. <http://saladeprensa.org/>

Redes sociales en internet. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

El Twitter. <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Las Cifras de Internet en el Ecuador. <http://www.doctortecno.com/noticia/las-cifras-de-internet-en-el-ecuador>

¿Cómo influye el Twitter? <http://askain.blogspot.com/2011/03/como-influye-el-twitter.html>

Diseño concreto de la Facultad de Derecho de la Universidad Cooperativa de Colombia.
Cátedra Seminario de Grado http://html.rincondelvago.com/disenodeuna-investigacion_1.html

Historia y Evolución Gráfica de las Redes Sociales en Internet
<http://facebookmicroweb.com/2011/01/27/historia-y-evolucion-grafica-de-las-redes-sociales-en-internet/>

VALIDACIONES

ÍNDICE