

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:
FACEBOOK DEL DIARIO EL COMERCIO COMO ESPACIO DE
EJERCICIO DE CIUDADANÍA

AUTOR:
RUBÉN PATRICIO SALAZAR CARRERA

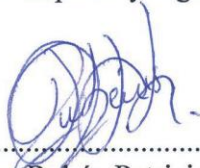
TUTORA:
NARCISA JESSENIA MEDRANDA MORALES

Quito, enero del 2016

Cesión de derechos de autor

Yo Rubén Patricio Salazar Carrera, con documento de identificación N° 1717966061, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado/titulación intitulado: Facebook del Diario El Comercio como espacio de ejercicio de ciudadanía, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



.....
Nombre: Rubén Patricio Salazar Carrera
Cédula: 171796606-1
Fecha: enero de 2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo, Narcisa Jessenia Medranda Morales declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación **“FACEBOOK DEL DIARIO EL COMERCIO COMO ESPACIO DE EJERCICIO DE CIUDADANÍA”** realizado por Rubén Patricio Salazar Carrera, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, enero de 2016



Narcisa Medranda Morales
C.I. 0916218035

Índice

Introducción	1
Acercamiento al concepto de ciudadanía	5
La interacción ciudadana	6
Redes sociales y comunicación	8
Mark Zuckerberg y la creación de facebook	10
Diario “El Comercio” y su perfil de facebook	12
Metodología	15
Resultados	18
Conclusiones	29
Referencias	32

Índice de figuras

Figura 1	Publicación noticia Diario “El Comercio”_____	12
Figura 2	Valoración de artículos_____	13
Figura 3	¿Tiene usted un perfil activo en redes sociales?_____	18
Figura 4	¿Además de Facebook posee usted un perfil en otras redes sociales?_____	19
Figura 5	¿Para qué utiliza las redes sociales?_____	20
Figura 6	¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?_____	21
Figura 7	¿Es usted seguidor de Diario “El Comercio” en Facebook?_____	22
Figura 8	¿Ha visitado el perfil Facebook de Diario “El Comercio”?_____	23
Figura 9	¿Considera usted que las noticias presentadas en Facebook por Diario “El Comercio” son relevantes? _____	24
Figura 10	¿Ha realizado algún comentario sobre las noticias presentadas por Diario “El Comercio” en su muro de Facebook?_____	25
Figura 11	¿Considera usted que las redes sociales le dan libertad para expresar su pensamiento sin restricciones?_____	26
Figura 12	¿Considera usted que se puede ejercer ciudadanía desde las redes sociales?_____	28

Índice de anexos

Modelo de la encuesta aplicada	36
--------------------------------	----

Resumen

La red social Facebook nació en el año 2004 de la mano de su creador Mark Zuckerberg como un espacio en el que sus usuarios tienen la posibilidad de intercambiar información y contenido multimedia. Se constituyó desde ese entonces en un campo en el que se favorece la interacción social y la comunicación.

Debido a la inmediatez con la que se puede compartir contenidos multimedia y la posibilidad de emitir criterios personales en esta red social, es factible concebirla como un espacio en el que se puede realizar el ejercicio de ciudadanía.

En el presente ensayo por medio del análisis de discurso cuantitativo se analiza la posibilidad de que la cuenta que Diario “El Comercio” mantiene en la red social Facebook pueda convertirse en un espacio de ejercicio de ciudadanía. Para demostrar esta hipótesis se realiza una aproximación teórica con conceptos como Ciudadanía, Interacción ciudadana y redes sociales y comunicación.

Abstract

The social network Facebook was born in 2004 from the hand of its creator Mark Zuckerberg as a space where users have the ability to exchange information and multimedia content.

Since then Facebook had established in a field which social interaction and communication is enhanced. Because of the immediacy where multimedia content can be shared and also the possibility to express criteria of personal issues in this network can be done, it is possible to conceive of a space which you can perform the exercise of citizenship.

This essay can show the exercise of citizenship through the quantitative analysis of the speech in the account of the newspaper "El Comercio" kept in the social network Facebook can become an exercise of public space where citizenship exercise can be done.

To test this hypothesis a theoretical approach with concepts like citizenship, citizen and social interaction and communication networks is performed.

Introducción

Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han revolucionado los sistemas de interacción social y comunicación, por esta razón es factible pensar en ejercer ciudadanía desde la red social Facebook. La interacción que se produce entre los usuarios de las redes sociales permite que se creen espacios de diálogo y las convierten en una alternativa de comunicación frente a los mass-media tradicionales.

Es relevante realizar una investigación que se enfoque en determinar de qué manera la cuenta que Diario “El Comercio” mantiene en la red social Facebook puede convertirse en un medio para ejercer ciudadanía. Con la finalidad de orientar la presente investigación, se realizará una aproximación teórica utilizando conceptos como ciudadanía, interacción ciudadana, redes sociales y las TIC.

La revisión bibliográfica muestra que se han realizado investigaciones previas sobre los temas relacionados con las redes sociales y la ciudadanía. Entre los autores que han trabajado este tema, se pueden referir los siguientes:

Climent Silvia, (2013). En este texto se señala que el avance tecnológico ha generado una proliferación de redes sociales en la que es necesario establecer una estrategia que permita que las críticas vertidas por los usuarios de redes sociales no se conviertan en algo que no se pueda controlar y por ende repercutan en el ámbito de la imagen y la opinión pública bien sea de una persona, organización o marca.

Pineida Miguel, (2011). Señala que la construcción de un nuevo tipo de ciudadanía se origina debido al avance de las TIC que posibilitan la creación de espacios de interacción y comunicación, señala que es necesario indagar sobre los orígenes de la ciudadanía digital para así entenderla como una nueva forma de ser en el mundo globalizado y conectado mediante las TIC.

Montesinos Romel, (2011). Acota que es importante analizar la función que cumplen los medios de comunicación en la sociedad y la forma en la que los medios de comunicación permiten que el ciudadano se involucre en la generación de contenidos, el estudio se centra en analizar la función social que cumplen los medios tomando como base los niveles de participación de los ciudadanos en los mismos.

Martínez Fátima, (2013). Su objeto de estudio se basa en realizar una observación del funcionamiento de las redes sociales como Facebook dentro de las redacciones periodísticas. Por tanto, este estudio está encaminado a analizar la factibilidad de ejercer la actividad periodística desde las redes sociales como son Facebook y Twitter.

Aguirre Jorge, (2012). Realiza una investigación basada en el origen de los *new media*, que están relacionados con blogs, chats, redes sociales y wikis, que debido al avance de las TIC se podrían constituir en espacios en los que se puede promover la democracia participativa.

Aguirre Francisco, (2013). En el planteamiento del artículo se analiza la inexistencia de espacios eficientes en los que se pueda llevar a cabo la deliberación y la participación

ciudadana, el estudio se realiza evaluando la función e influencia que las redes sociales pudieran tener en las formas de participación política por parte de la ciudadanía.

Hernando y García, (2012). Analizan a la función que cumplen las redes sociales como un medio de comunicación e interacción entre usuarios de la red y se centran en definir de la manera en la que las redes sociales pueden convertirse en dinamizadoras de los procesos de comunicación.

Lo que aún no se ha realizado es una investigación en la que se analice la posibilidad de que las redes sociales puedan convertirse un espacio de ejercicio de ciudadanía. La presente investigación se enfocará en analizar la posibilidad de convertir a la red social Facebook en un espacio de ejercicio de ciudadanía realizando un acercamiento hacia el manejo de la cuenta Facebook de diario “El Comercio”, con la finalidad de conocer de qué manera su utilización puede convertirla en un medio potenciador del ejercicio de ciudadanía.

El ejercicio de ciudadanía permite que se escuche la voz de los y las ciudadanas enriqueciendo los procesos democráticos y de comunicación. Reconocer la valía del pensamiento y la acción ciudadana en el quehacer social es esencial. Así lo menciona el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

“La interlocución con la ciudadanía es esencial: los ciudadanos tienen derecho a participar en los asuntos que los afectan, pueden identificar y comprender aspectos no tenidos en cuenta y proponer soluciones y proyecciones más adecuadas a sus propios contextos” (UNICEF 2006 p.20).

Es decir la participación activa de la ciudadanía en los diferentes campos coyunturales es importante en la medida que permite crear espacios de comunicación en los que se puede involucrar con la finalidad de expresar su pensamiento, exponer su criterio y señalar cuáles son sus necesidades.

El espacio de comunicación creado por la red social Facebook surge como una alternativa frente a los medios de comunicación tradicionales siendo una aplicación que permite a sus usuarios mantener contacto con su círculo social más cercano. La apertura y la facilidad que da la red social para interactuar entre usuarios es tal que se puede difundir un mensaje u opinión en pocos segundos, alcanzando una difusión inmediata y masiva.

Acercamiento al concepto de ciudadanía

Parte fundamental de la composición de una nación son sus ciudadanos y ciudadanas, sin ellos no podría existir una concepción de estado democrático, para que los ciudadanos y ciudadanas puedan convivir en paz existen derechos y obligaciones que les son conferidos desde su el momento de su nacimiento.

“El estado define la ciudadanía, confiriendo derechos y exigiendo obligaciones a sus súbditos. Además, extiende su autoridad a los extranjeros bajo su jurisdicción. Y mantiene relaciones de cooperación.” (Castells, 2009, p.68).

Partiendo de esta definición de ciudadanía propuesta por Manuel Castells se puede inferir que la ciudadanía está ligada al cumplimiento de derechos y obligaciones, es decir guarda una relación con el poder democrático, sin la existencia de ciudadanía no se podría hablar de la existencia de un Estado.

Para Aristóteles la ciudadanía es vista como una parte importante del quehacer político y social, la participación activa de las y los ciudadanos en los procesos políticos genera un sentido de pertenencia dentro de la comunidad, “esa pertenencia les permite gobernar y contribuir con la formación de la voluntad común y, a un tiempo, ser gobernados” (Villarroel, 2009, p. 18).

El derecho a ejercer ciudadanía en la República de Ecuador está claramente manifestado en el artículo 4 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (LOPC) vigente a partir del año 2010 en la cual se menciona que “la participación del ciudadano en todos los asuntos que sean de interés público es un derecho que debe ejercerse por medio de los

correspondientes mecanismos que regulen la democracia representativa, directa y comunitaria” (LOPC 2010).

Es decir el ejercicio de la ciudadanía con sus respectivos deberes y obligaciones que conlleva es parte fundamental de los derechos del ciudadano que no puede mantenerse ajeno a participar activamente en los ámbitos que requieran su atención.

Por medio del ejercicio de ciudadanía se enriquecen los procesos democráticos y de comunicación, el ciudadano al elevar su opinión ante un contexto específico, toma protagonismo en el quehacer social y reivindica su papel en la sociedad. Se debe mirar al ejercicio de la ciudadanía como una muestra de conformidad o disconformidad con el manejo político económico o social. Cada persona tiene el derecho a realizar este ejercicio de cuestionamiento desde sus formas de concebir la sociedad.

La interacción ciudadana

El espacio comunicacional proporcionado por la web le da a la ciudadanía la oportunidad de intercambiar opiniones, material multimedia, estados de ánimo y criterios que van acorde a la personalidad y modo de vida de la persona que realiza el *post* (publicación).

Facebook ofrece por medio del muro del usuario un espacio de interacción en el cual se puede realizar comunicación sincrónica y asincrónica. Estos dos tipos de comunicación permiten que el usuario pueda intercambiar sus opiniones, compartir los contenidos creados por ellos y entablar conversaciones sobre temas de su interés.

Cuando nos referimos a procesos de comunicación que tienen lugar de forma simultánea o en el mismo tiempo (el caso de la comunicación presencial hablada, el teléfono...), debemos referirnos a situaciones de comunicación sincrónica; por su parte, si nos referimos a comunicaciones que se realizan entre individuos que no coinciden en un mismo tiempo (ejemplo paradigmático es el correo), nos referimos a situaciones de comunicación asincrónica. (Castañeda, 2007, p. 2,3).

El intercambio de opiniones entre usuarios de la red permite que se creen espacio de debate y también de convocatoria social que le permiten mantener a la ciudadanía constante interacción, los temas políticos no están al margen de los temas tratados por medio de la red.

Es así que en el año 2014 durante la realización del mundial de fútbol en Brasil Facebook cobró un rol importante en las convocatorias masivas realizadas por el movimiento social denominado como “los indignados”.

El movimiento de “los indignados” se mostraba contrariado por el excesivo gasto público destinado a la realización de la cita mundialista, las convocatorias para formar parte de los plantones se difundieron con rapidez por medio de la red produciendo una interacción inmediata entre usuarios de Facebook que compartían el mismo criterio referente a la realización del mencionado evento deportivo.

Por medio del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) la interacción ciudadana cobra importancia en los nuevos espacios de comunicación

debido a que los usuarios no solo son consumidores de contenidos, sino que también son críticos y cuestionadores de situaciones que se contraponen a su sentir personal.

La red también proporciona la posibilidad de la formación de iniciativas ciudadanas como la iniciada por el movimiento de “los indignados” que por medio de plantones diarios manifestaba su contrariedad con la realización del mundial de fútbol, la interacción entre usuarios de la red permite que se establezcan nuevas formas de analizar los diversos ámbitos que se presentan en el diario acontecer.

López señala que “la comunicación y la interacción social online se sitúan como variables clave para analizar el devenir de la comunicación política hacia un modelo de comunicación abierta, reticular, transparente, interactiva, personalizada, móvil y multimedia con el ciudadano” (López, 2013, p24).

Es decir la interacción ciudadana online surge como una alternativa válida en la cual se puede realizar una comunicación sin apegos favoreciendo el debate abierto, el intercambio de ideas y diversos conceptos de manera independiente y personalizada.

Redes sociales y comunicación

Los procesos de comunicación actuales tienen una gran vinculación con la tecnología que de cierta forma ha logrado reducir las distancias y los tiempos de comunicación entre usuarios alrededor del mundo, las salas de chat, los servidores de correo electrónico y las redes sociales se han convertido en medios de comunicación que favorecen la inmediatez en la difusión de contenidos.

Con el desarrollo del Internet los procesos de comunicación se han diversificado produciendo así un incremento en los flujos de información, la globalización de contenidos informativos y multimediales disponibles en la web crean nuevos canales comunicacionales que brindan al usuario de la red la posibilidad de interactuar con otras personas por medio de las redes sociales.

Una red social se define como un servicio que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema (Flores, Morán, Rodríguez, 2009, p.3 citando a Boyd y Ellison 2007).

Partiendo de esta definición, se puede inferir que las redes sociales se constituyen en un espacio en el que el usuario puede crear un perfil social para hacerlo público o mantenerlo con ciertas restricciones que protejan su privacidad. Las redes sociales como Facebook permiten que su usuario pueda establecer una lista de contactos o páginas de interés que faciliten su navegabilidad por la red.

El espacio proporcionado por las distintas redes sociales brinda la posibilidad de establecer comunidades virtuales que surgen como plataformas que pueden ser utilizadas por cualquier persona para diferentes fines. Tanto las personas naturales como jurídicas utilizan las redes sociales para difundir diferentes contenidos.

Las comunidades virtuales son espacios comunicacionales que se abren paso con la aparición de las redes sociales, en estos espacios los usuarios pueden crear grupos de

interacción entre personas que comparten una afinidad respecto a ideología y formas de vida así lo refiere José Silvio en su artículo *Las comunidades virtuales como conductoras del aprendizaje permanente*. “En una comunidad virtual existe un fin común entre sus miembros que generan actividades a realizar, contenidos de información que circulan como producto de la interacción entre sus miembros, lugares donde ir y reunirse” (Silvio, s.f. p. 4).

Las comunidades virtuales permiten que la interacción entre los usuarios sea fluida para realizar una regulación de los contenidos que son emitidos por los miembros de la comunidad se cuenta con una suerte de administrador denominado como *Community Manager* que filtra el contenido compartido por los miembros de la comunidad.

Mark Zukerberg y la creación de facebook

Mark Zukerberg nació en la ciudad de Nueva York en el año de 1984, su padre fue dentista y su madre psicóloga, su educación superior la realizó en la Universidad de Harvard. En su época de estudiante desarrolló un sitio web llamado Facemash en el que se publicaban fotografías de las chicas más atractivas de la universidad. Facemash sería el precursor de lo que luego sería Facebook que ve la luz por primera vez el 4 de febrero del año 2004. (Beahm, s.f. págs. 11,12, 13).

Facebook, brinda un espacio comunicacional en el cual se puede crear un perfil público que permite tener acceso a contenido multimedia y a la vez interactuar con otros usuarios de la red, el requisito para pertenecer a esta red social es contar con un correo electrónico.

Por medio de Facebook los usuarios también pueden compartir sus estados de ánimo o sus pensamientos sin restricciones, cuando el usuario comparte contenidos estos pasan a ser denominados como *posts* (publicaciones) que pueden ser acompañados por fotografías, videos, representaciones irónicas de la realidad conocidas como memes y pequeños rostros amarillos denominados como emoticones, la interacción entre usuarios de Facebook permite que se establezca una comunicación sincrónica y asincrónica por medio del muro personal y espacio de chat.

Diario “El Comercio” y su perfil de facebook

Diario “El Comercio”, es una empresa que realiza su actividad comercial en el campo de la comunicación y la información, actualmente hace uso del espacio que proporciona Facebook para brindar al usuario contenido informativo acontecido en el quehacer nacional o internacional, hasta el 16 de julio del año 2015 contaba con 488.105 seguidores que tienen acceso al contenido que es actualizado con una frecuencia de entre diez a quince minutos.

Los tipos de publicaciones realizadas en el muro de Facebook de Diario “El Comercio” cuentan con una pequeña reseña de la noticia que está acompañada de una imagen que le da mayor interés a la publicación, este contenido viene precedido de un link en el que el usuario puede entrar para leer la noticia completa, cada publicación cuenta con una opción en la que el lector puede calificar la relevancia y la significatividad de la noticia.

Figura 1. Publicación noticia Diario “El Comercio”.



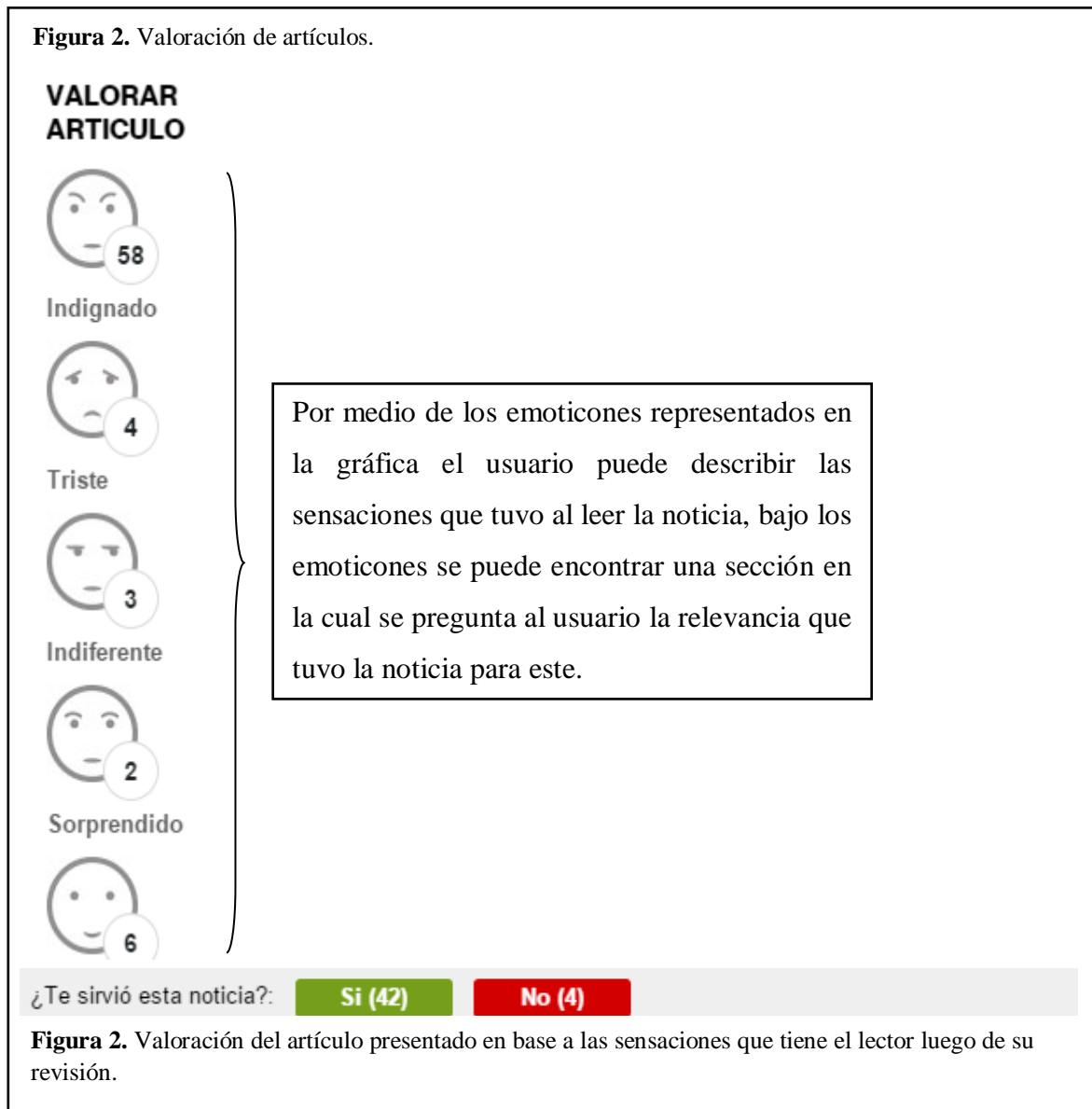
The image shows a Facebook post from the page 'El Comercio'. The post text reads: 'El accidente se produjo en la intersección de las avenidas Morán Valverde y Teniente Hugo Ortiz, en el sur de Quito »' followed by the URL 'http://bit.ly/HeridosAcci'. Below the text is a photograph of a bus with significant damage to its front and side. The photo has a white text overlay that says 'Seis heridos en accidente de trole y bus urbano'. Two arrows originate from the right side of the image: one points to the text summary and the other points to the URL.

Reseña de la noticia

Link para acceder a la información completa

Figura 1. Noticia publicada el 17 de julio de 2015 en el muro de Facebook de Diario “El Comercio”

Una vez que el usuario de Facebook ingresa en el link publicado en el muro de Diario “El Comercio” accede a la información completa presentada en la página web del Diario en la cual se detalla la noticia, en este espacio el usuario cuenta con varios íconos que le permiten calificar la valía del contenido presentado.



En este espacio el usuario de Facebook de Diario “El Comercio” puede emitir su criterio ante la noticia en tiempo real y de esta manera se mantiene activo en el debate público

que como refiere Moreno Amparo (2013 pág. 797), “el ciudadano debe ser visto como un sujeto activo del debate público y la participación democrática y debe ser incorporado como protagonista activo de la noticia para así evitar la despersonalización de la misma”.

Es decir se puede construir una información periodística de calidad que se enfoque en promover la participación activa que facilite el seguimiento y la evaluación de las actividades y acciones realizadas por los representantes del quehacer político.

Metodología

Con la finalidad de sustentar el análisis teórico del presente ensayo se realizará una pequeña revisión bibliográfica basada en textos referentes a la utilización de las redes sociales y las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que se complementan con textos que hacen referencia a conceptos de ciudadanía.

Esta revisión bibliográfica se complementa con un pequeño análisis de discurso sobre los post generados por Diario “El Comercio” en la red social Facebook durante el mes de julio del año 2015.

La presente investigación es de tipo cualitativo, la obtención de datos se realizará por medio de la aplicación de encuestas vía web, la encuesta a aplicar constará de diez preguntas que se combinan entre preguntas de opción múltiple con preguntas cerradas, dichas encuestas serán aplicadas a los seguidores de la cuenta de Facebook de Diario “El Comercio”.

El tamaño de la muestra se ha determinado por medio de la correspondiente fórmula estadística que es la siguiente:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$
$$n = \frac{2^2 * 0.5 * 1 * 488.105}{(0.05^2 * (488.105 - 1)) + 2^2 * 0.5 * 1}$$

En donde $N= 488.105$ corresponde al tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos, en este caso se trabajará con un 95,5% de confianza, por lo tanto se maneja una posibilidad de 4,5% de error en los datos obtenidos.

e: Representa al error muestral deseado que corresponde a la diferencia existente en el resultado que se puede obtener si se pregunta a una muestra de la población y el que se obtendría si se realizara la encuesta a la totalidad de ella.

p: Referencia a la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: Corresponde a la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: Corresponde al tamaño de la muestra es decir al número de encuestas que se van a realizar.

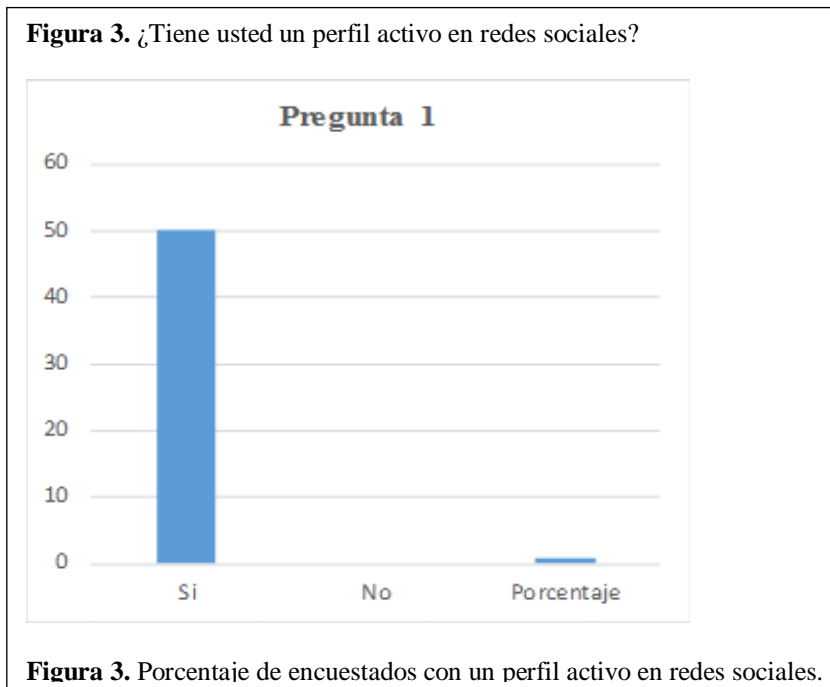
Luego de haber realizado el cálculo estadístico correspondiente se ha podido determinar que el tamaño de la muestra es de 303 personas a encuestar que son seguidores de Diario “El Comercio” en la red social Facebook.

Sin embargo debido a la dificultad que se origina en la ubicación de los encuestados y la disposición que el usuario de Facebook tenga para realizar la encuesta se ha decidido trabajar con un número de 50 encuestados que vislumbrarán si existe la posibilidad de ejercer ciudadanía por medio del perfil de Facebook de Diario “El Comercio”.

Resultados

Luego de haber aplicado las respectivas encuestas para realizar la validación cuantitativa se procederá a realizar la correspondiente tabulación e interpretación de los resultados obtenidos con la finalidad de dilucidar la posibilidad de considerar a las redes sociales como un espacio en el cual se pueda ejercer ciudadanía.

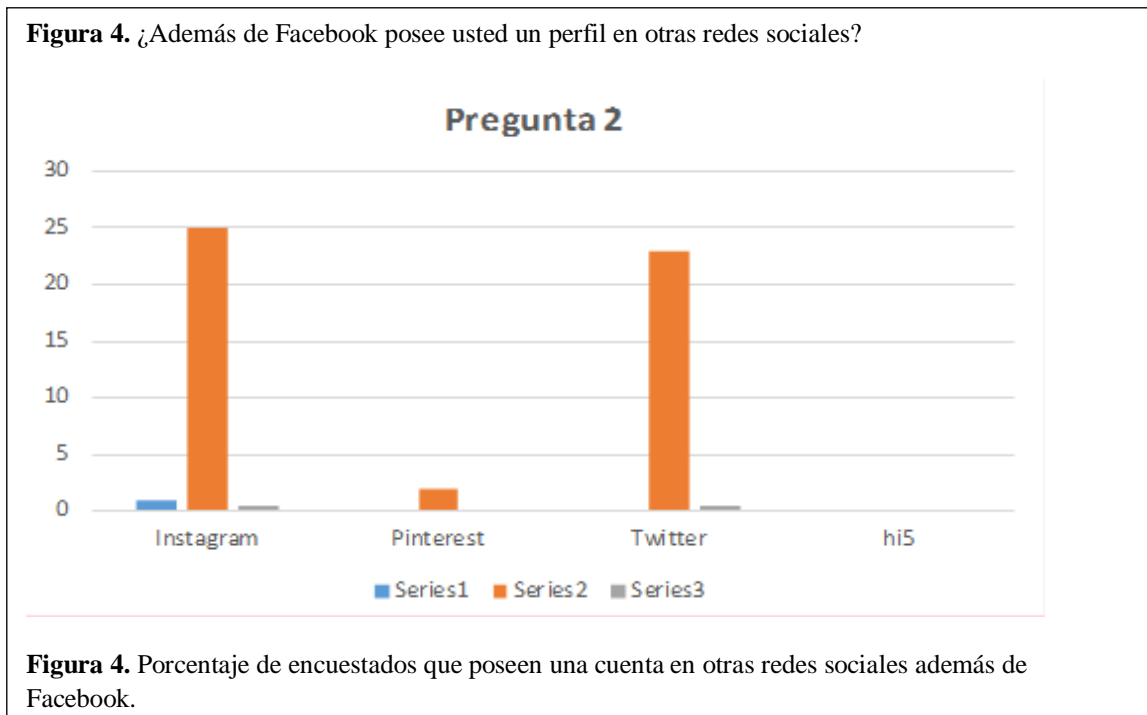
Pregunta 1: ¿Tiene usted un perfil activo en redes sociales?



Según la figura 3. Se puede evidenciar que el 100% de los encuestados cuenta con un perfil activo en redes sociales, el planteamiento de esta pregunta está orientada a dilucidar si el usuario de las diferentes redes sociales tiene su perfil en constante actualización es decir si la participación del usuario en redes sociales es continua.

Es importante que el perfil creado en redes sociales se mantenga en actividad pues esta actividad se convierte en un indicador de la interacción que se produce entre los usuarios.

Pregunta 2: ¿Además de Facebook posee usted un perfil en otras redes sociales? (Puede elegir más de una opción).

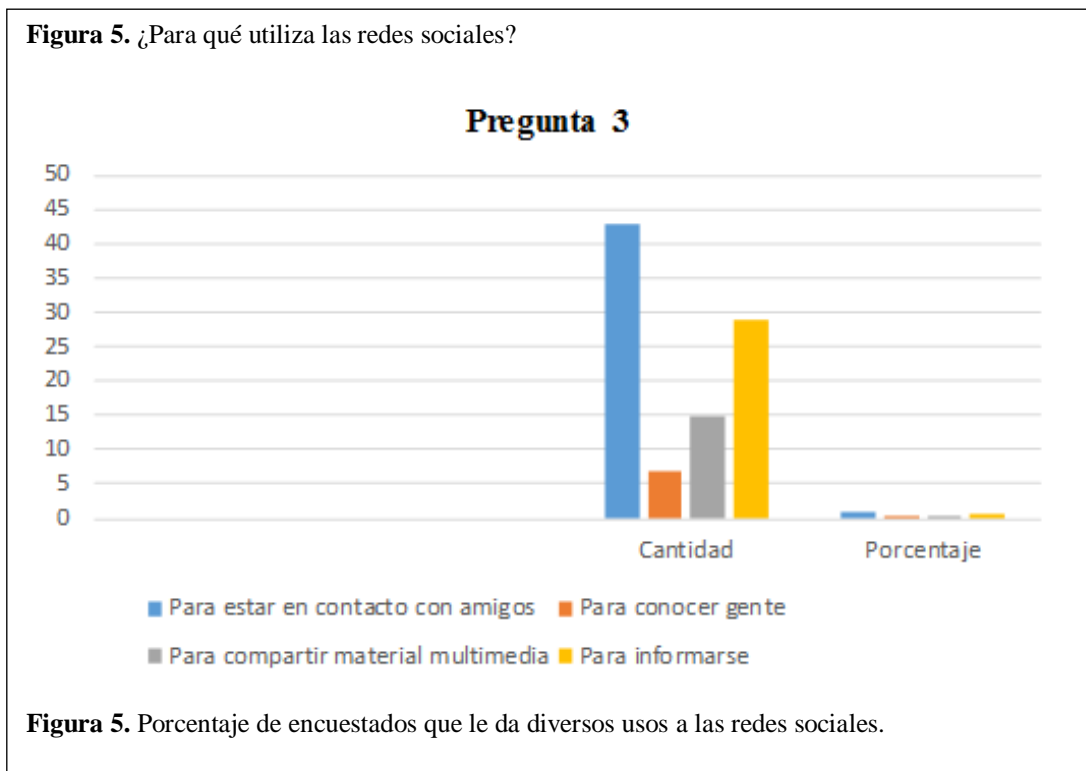


El 100% del público encuestado además de tener un perfil activo en la red social Facebook también mantiene perfiles en las diferentes redes sociales, entre las más destacadas están Instagram (50%) que es una red social diseñada para compartir material multimedia y Twitter (46) que plantea al usuario la posibilidad de compartir estados de ánimo con una limitación de 150 caracteres además brinda la posibilidad de compartir material multimedia.

Pinterest (4%) es una red social que permite compartir imágenes en línea, el usuario tiene la posibilidad de elegir diferentes temas relacionados con sus gustos como: ropa, tecnología, autos de lujo, entre otros.

La figura 4. Señala que las redes sociales preferidas por el usuario son las que permiten compartir criterios y material multimedia, debido a que este tipo de redes permiten al usuario crear una pequeña comunidad de personas que está conformada por gente que tiene intereses en común, la popularidad del usuario es medida por medio de la aceptación que tiene entre los denominados seguidores o followers.

Pregunta 3: ¿Para qué utiliza las redes sociales? (Puede elegir más de una opción)



El (86%) de los encuestados afirma que utiliza las diferentes redes sociales con la finalidad de estar en contacto con sus amigos, es decir buscan establecer comunicación permanente con personas que comparten sus gustos y afinidades, el (14%) utiliza las redes para conocer gente dándole a las redes sociales una tarea de buscar personas con las que puedan generar simpatía, el (30%) de los encuestados ve a las redes sociales como un espacio en el que puede compartir material multimedia de diversa índole, mientras que el (58%) considera que las redes sociales pueden ser un potencial espacio en el cual pueden informarse y estar en contacto con noticias que son de su interés, debido a que gran parte de publicaciones periódicas mantienen un perfil activo en redes sociales y la actualización noticiosa que ofrecen se da en intervalos cortos que van entre diez y quince minutos.

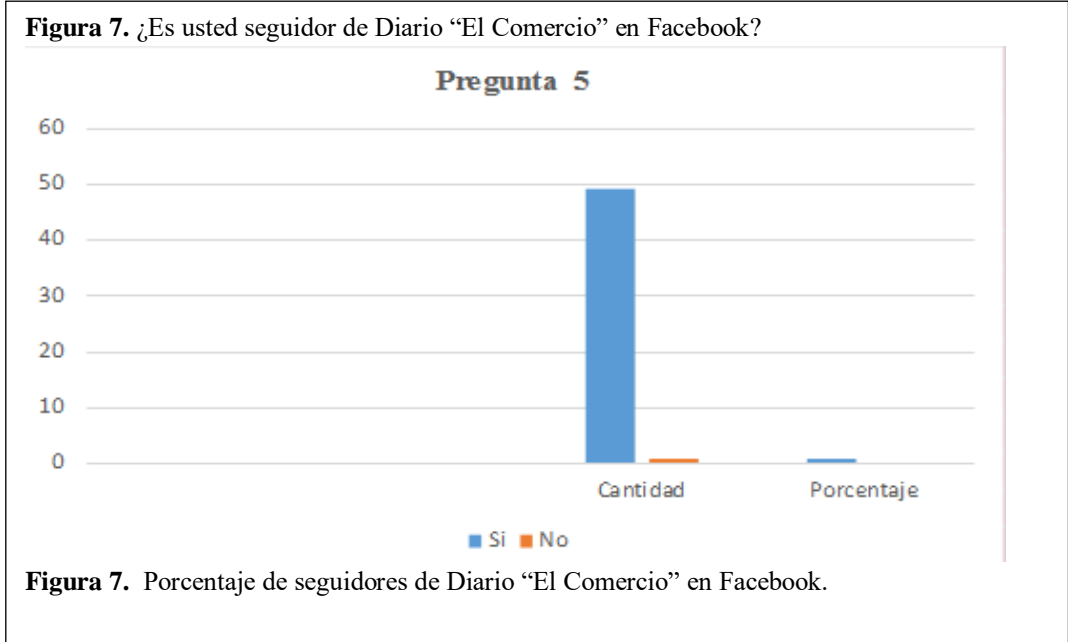
Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?



El tiempo de uso y la frecuencia que el usuario le da a sus perfiles de redes sociales es variable y depende de su disponibilidad es así que el (44%) de los encuestados dedica más de una hora diaria a la utilización de sus diferentes redes sociales, lo cual contrasta con el (24%) de encuestados que se mantiene activo en redes sociales menos de una hora al día y con el (24%) de usuarios que hace uso de sus redes sociales con una frecuencia de dos veces por semana. el (8%) de los encuestados hace uso de las redes sociales una vez a la semana.

Según la figura 6. Se puede evidenciar que el usuario que dedica más tiempo a la revisión de sus redes sociales muestra un interés marcado en el contenido que estas generan, el tiempo de uso que le da cada usuario a su perfil en redes sociales también puede determinar la cantidad de criterios, interacción entre usuarios y material multimedia compartido.

Pregunta 5: ¿Es usted seguidor de Diario “El Comercio” en Facebook?



Debido a que esta encuesta fue aplicada a los seguidores de la cuenta Facebook de Diario “El Comercio” mediante vía web es importante determinar si los encuestados reconocen de manera abierta ser seguidores de dicho medio, la figura 7. Señala que el (98%) de los encuestados acepta ser seguidor de Diario “El Comercio”, mientras que el (2%) lo niega, este (2%) afirma no ser seguidor del medio a pesar de que para llevar a cabo la presente encuesta se seleccionó únicamente a usuarios registrados como seguidores de la cuenta oficial en Facebook de Diario “El Comercio”.

Pregunta 6: ¿Ha visitado el perfil Facebook de Diario “El Comercio”?

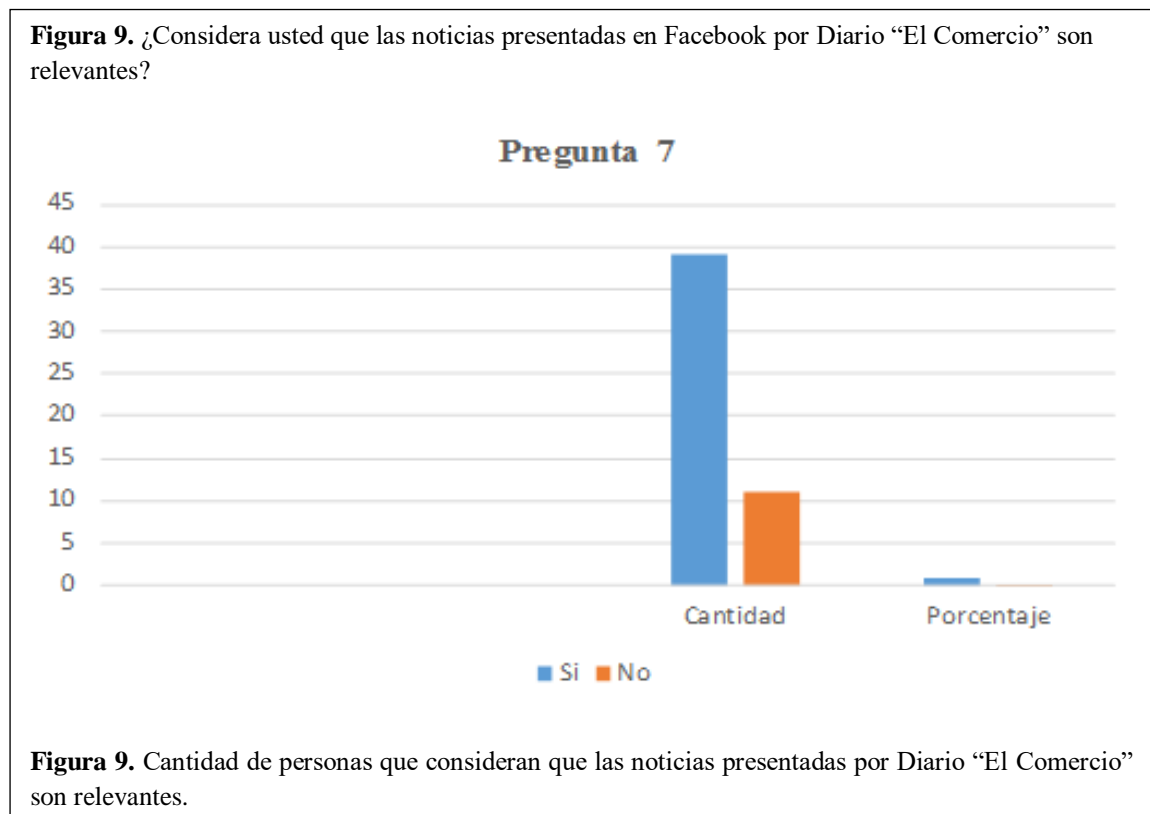


El (74%) de las personas encuestadas afirma haber visitado el perfil que Diario “El Comercio” mantiene en Facebook, mientras que el (26%) menciona que no ha tenido interés en visitar el mencionado perfil, la figura 8. Evidencia que el (74%) de los encuestados muestra interés en conocer como está estructurado el perfil de Diario “El

Comercio”, también podría señalar la interacción que el usuario mantiene dentro del perfil.

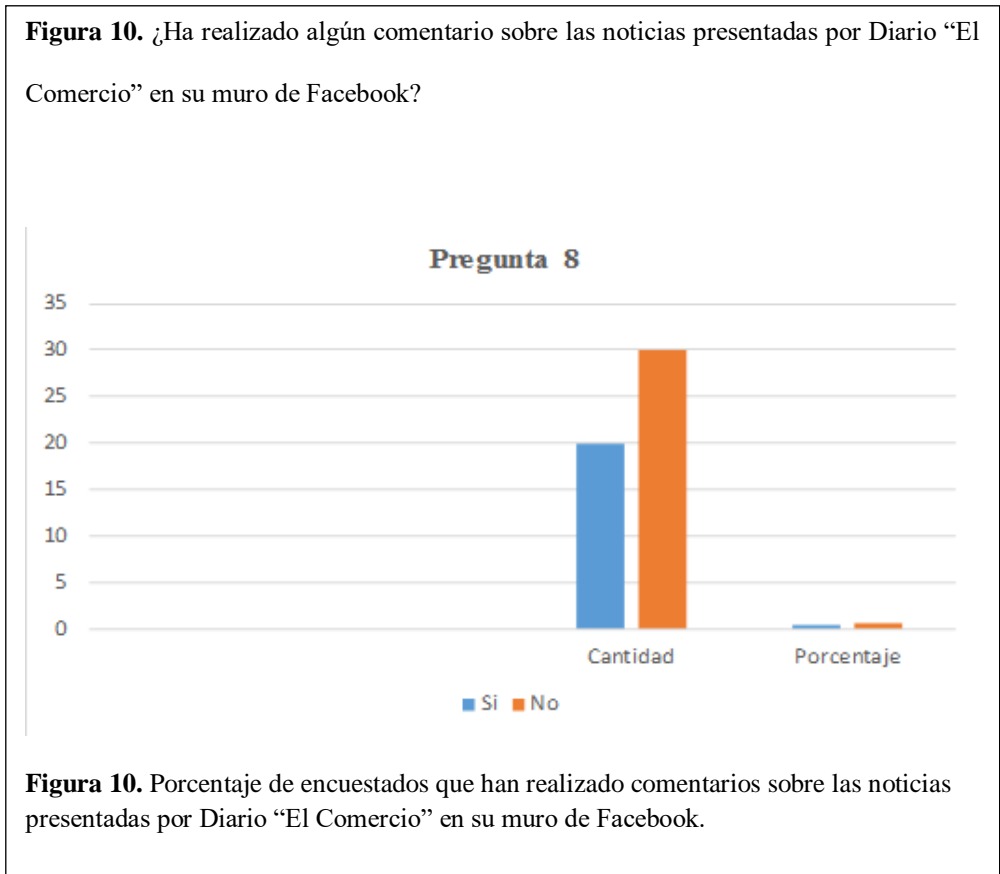
Debido a que el perfil Facebook de Diario “El Comercio” le permite al usuario realizar comentarios sobre las noticias presentadas se podría inferir que ese (74%) de la muestra se expresa de manera positiva o negativa respecto al contenido expuesto, es decir el usuario hace uso de su derecho ciudadano a opinar sobre un acontecer noticioso presentado en un contexto que le genera interés.

Pregunta 7: ¿Considera usted que las noticias presentadas en Facebook por Diario “El Comercio” son relevantes?



El (78%) de los encuestados manifiesta que el contenido noticioso presentado en el perfil Facebook de Diario “El Comercio” es relevante y de valía informativa, mientras que el (22%) considera que las noticias presentadas no llenan sus necesidades de información, no satisfacen sus requerimientos informativos y por tanto no son relevantes.

Pregunta 8: ¿Ha realizado algún comentario sobre las noticias presentadas por Diario “El Comercio” en su muro de Facebook?

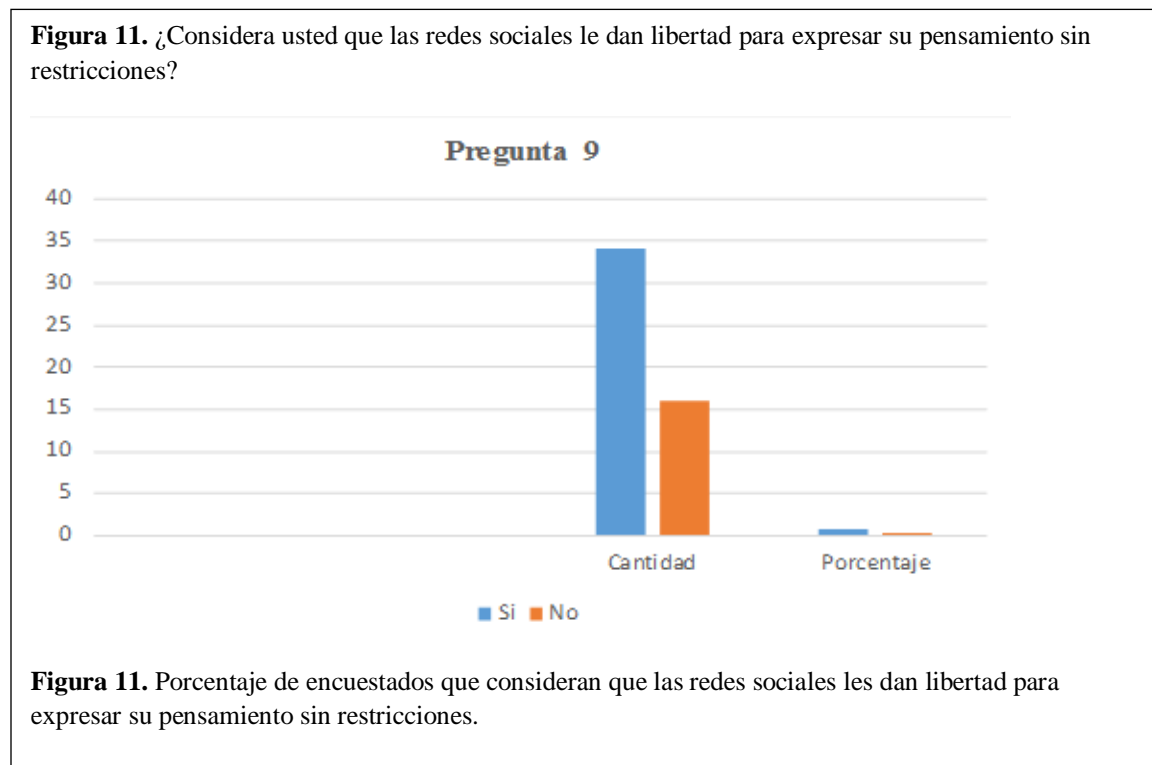


El (60%) de la muestra señala que no ha realizado comentarios sobre el contenido presentado en el perfil Facebook de Diario “El Comercio” lo cual contrasta con los

resultados obtenidos en el pregunta seis la cual señala que el (74%) de los encuestados ha visitado el perfil Facebook de Diario “El Comercio”.

Se puede inferir que si bien el usuario tiene interés en visitar y conocer como está estructurado el perfil Facebook de Diario “El Comercio” no muestra un interés en opinar sobre los contenidos expuestos, lo cual señalaría que el usuario no interactúa con otros usuarios sino que se limita tan solo a informarse, de esta manera no se podría hablar de interacción ciudadana.

Pregunta 9: ¿Considera usted que las redes sociales le dan libertad para expresar su pensamiento sin restricciones?



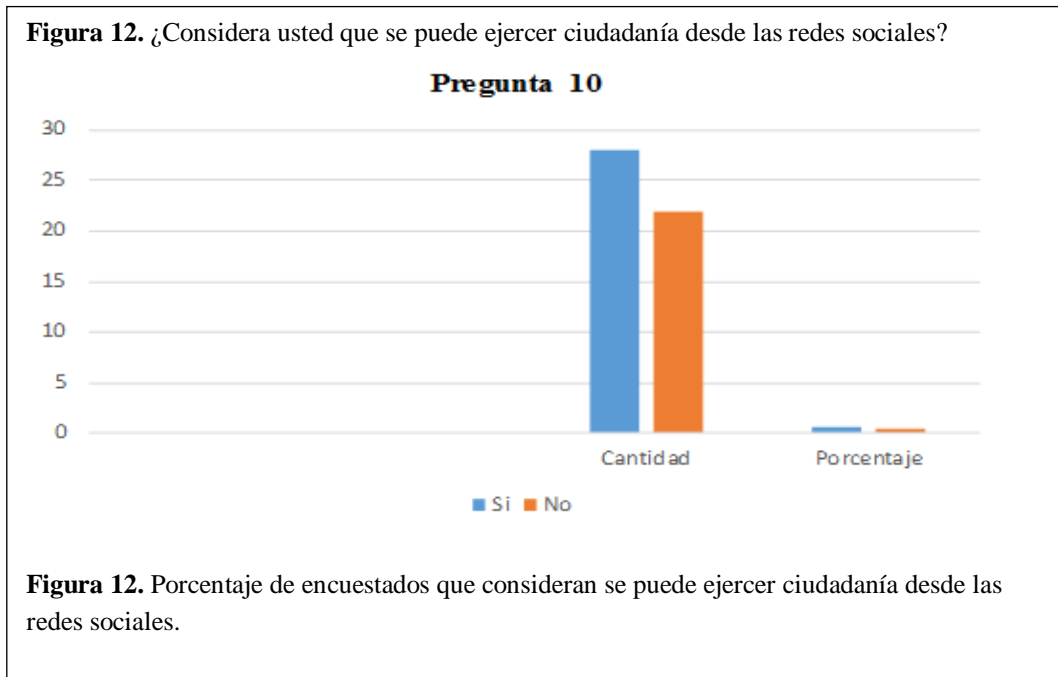
El (68%) de los encuestados considera que las redes sociales son un potencial espacio en el que pueden ejercer su derecho ciudadano a opinar, pero el (32%) considera que las

redes sociales no permiten expresar un pensamiento independiente sin restricciones, se debe considerar que en la República del Ecuador no existe un marco legal que regule el contenido que de manera personal se emite en internet así lo señala el Título I (Disposiciones Preliminares y Definiciones) Artículo 4 de la Ley Orgánica de Comunicación.

“Art.4 Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de manera personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través de internet” (LOC 2011 p.11).

Es decir el marco legal ecuatoriano no señala restricciones para emitir criterios personales por medio de internet, por lo cual se podría considerar a internet y a las redes sociales como un espacio en el que se puede ejercer el derecho ciudadano a opinar sobre los diversos contextos que se presente en el día a día.

Pregunta 10: ¿Considera usted que se puede ejercer ciudadanía desde las redes sociales?



El (56%) de los encuestados señalan que es posible ejercer ciudadanía desde las redes sociales, mientras que el (44%) considera que las redes sociales no son un espacio en el que se pueda realizar el ejercicio ciudadano, la pregunta 9 señala que el (68%) de la muestra considera que las redes sociales son espacios en los que se puede expresar criterios sin restricción, lo cual señala que las redes sociales pueden considerarse como espacios en los que se puede ejercer ciudadanía, se debe tener en cuenta el marco legal que rija en cada país sobre la emisión de contenidos personales en internet.

Conclusiones

Una vez concluido el análisis de los datos obtenidos en la validación cuantitativa y luego de realizar las diferentes interpretaciones gráficas se puede concluir que:

Las redes sociales pueden convertirse en un potencial medio para ejercer ciudadanía, pues permiten al usuario expresar sus ideas y criterios de manera irrestricta. Sin embargo el perfil Facebook de Diario “El Comercio”, no puede ser considerado como un espacio de ejercicio de ciudadanía pues la interacción producida por los usuarios se limita a la utilización de epítetos y lenguaje obsceno que hace imposible mantener un diálogo fluido y una exposición de ideas basadas en argumentos.

El espacio comunicacional proporcionado por el perfil Facebook de Diario “El Comercio” puede considerarse como un espacio de información más no de debate, la inexistencia de un moderador que regule el uso de términos lascivos a la integridad de la ciudadanía provoca que se den discusiones acaloradas que distan de un debate coherente, se agrede de manera desmedida a quien no tenga una opinión o ideología similar a la persona que emite un comentario.

Si bien el seguidor de Diario “El Comercio” en su perfil de Facebook ha realizado constantes visitas al sitio, no ha emitido criterios ni ha realizado comentarios sobre las noticias presentadas, esto podría evidenciar que la falta de un moderador impide que se forme un espacio de diálogo y que la ciudadanía pierda el interés en interactuar o evite interactuar con los demás usuarios debido al temor de ser agredido con palabras altisonantes.

El objetivo que persiguen las redes sociales está centrado en la interacción que se produce entre sus usuarios, la cuenta de Facebook que mantiene Diario “El Comercio” puede convertirse en un espacio de interacción ciudadana, mas no en un espacio en el que se pueda ejercer ciudadanía debido a que la falta de un moderador y de un reglamento que regule el uso de términos denigrantes provoca que el usuario se abstenga de emitir criterios referentes a los hechos coyunturales presentados.

En cuanto a la posibilidad de calificar la valía de las noticias que Diario “El Comercio” presenta mediante su perfil de Facebook, debo señalar que es de gran utilidad para el usuario ya que de esta forma el seguidor de la cuenta Facebook de Diario “El Comercio” hace uso de su derecho a opinar y manifiesta su sentir frente a una noticia que le puede gustar, disgustar, serle indiferente o resultarle ofensiva.

El uso de las redes sociales se torna importante en la vida de la ciudadanía, por medio de esta vía puede ejercer su derecho a opinar y expresarse libremente, además de Facebook se evidencia que Twitter e Instagram tienen una gran aceptación en los usuarios que por medio de estas plataformas sociales comparten su opinión y su sentir.

Se debe potenciar este espacio comunicacional brindado por las redes sociales, Diario “El Comercio” podría aprovechar este espacio para convertirlo en un potencial sitio para generar debates de interés sin el uso de epítetos e insultos, para esto sería necesario que se implemente un moderador que facilite los procesos de comunicación e interacción entre los usuarios.

Diario “El Comercio”, podría implementar un reglamento que norme la participación de sus seguidores en Facebook con la finalidad de crear un ambiente propicio para la discusión y el debate. El establecimiento de este reglamento funcionaría como una suerte de filtro ante los *posts* (publicaciones) que por su contenido agresivo y soez denigran a los demás usuarios causando constantes enfrentamientos que frenan los procesos de comunicación y no favorecen la interacción ni el debate entre usuarios.

Es recomendable que las redes sociales establezcan un control más rígido sobre la información presentada por parte de los usuarios, con el fin de mejorar la seguridad de la red y evitar la proliferación de los llamados trolls informáticos que tienen la función de entorpecer la comunicación en redes sociales y espacios de chat.

Es factible considerar que el constante avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha sido un valioso aporte para los procesos de comunicación, los espacios que emergen como nuevos canales le dan al usuario de la red la libertad de expresarse de manera libre, sin restricciones rompiendo así con la hegemonía presente en los medios tradicionales.

La posibilidad de crear comunidades virtuales por medio de la utilización de redes sociales favorece la interacción entre usuarios que comparten similares criterios, en cuanto a la información los hechos noticiosos son difundidos con gran velocidad permitiendo que el usuario esté constantemente al tanto del acontecer nacional e internacional, sin embargo la confiabilidad de la información difundida deja mucho que desear. Diario “El Comercio” en su muro de Facebook es criticado a diario por varios usuarios que dudan de la confiabilidad del contenido difundido.

Referencias

Aguirre F, (2013), Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales, Revista Culturales vol. 1 no. 2 Mexicali, recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cultural/v1n2/v1n2a4.pdf>, fecha de consulta julio 19 de 2015.

Aguirre J, (2012), El fortalecimiento de la ciudadanía participativa a través de los new media, “Estudios Sociales” Revista de investigación científica, Vol. 20, N° 39, págs. 39-64.

Asamblea Nacional Asamblea Nacional República del Ecuador, (2010), Ley Orgánica de Participación Ciudadana (LOPC)

Asamblea Nacional República del Ecuador, (2011), Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

Beahm G, (s.f.), Valor neto: El joven multimillonario, recuperado de <http://www.prisaediciones.com/uploads/ficheros/libro/primeras-paginas/201310/primeras-paginas-joven-multimillonario.pdf>, fecha de consulta 22 de octubre de 2015.

Castañeda L. (2007) “Herramientas Sincrónicas y Cuasi-Sincrónicas para la Comunicación Educativa”. En Prendes Espinosa, M. P. Herramientas Telemáticas para la Enseñanza Universitaria en el Marco del Espacio Europeo de Educación Superior.

Castells M, (2009), *Comunicación y Poder*, Alianza Editorial.

Climent S, (2013), *La comunicación y las redes sociales*, Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC.

Diario “El Comercio”, (2015) Seis heridos tras un accidente entre un trole y un bus urbano, recuperado en <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito-heridos-accidente-trole-bus.html>, fecha de consulta 23 de octubre de 2015.

Diario “El Comercio”, Imagen “Trolebús”, (2015), recuperado en <http://bit.ly/HeridosAcci>, fecha de consulta 23 de octubre de 2015.

Flores, Morán, Rodríguez, (2009), *Las redes sociales*, boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica-UVA, Universidad de San Martín de Porres, Lima- Perú.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, (2006), *Desarrollo de capacidades para el ejercicio de ciudadanía cuadernillo 5*, Buenos Aires Argentina

Hernández D, (2010), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*, CLACSO, 336p.

Hernando A, García M, (2012), *Redes sociales y ciudadanía en las nuevas sociedades participativas*, Aularia: Revista digital de comunicación, vol. 1 pág. 27-30.

López J, (2013), Interacción ciudadana en medios sociales online sobre el debate de los candidatos presidenciales en la contienda electoral en México 2012, Universidad Panamericana, campus Ciudad de México.

Martínez F, (2013), Los nuevos medios y el periodismo de los medios sociales, análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

Montesinos R, (2011), Medios de comunicación y ciudadanía, Comunicación: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo.

Moreno Sardá, Amparo; Molina Rodríguez Navas, Pedro; Corcoy Rius, Marta; Aguilar Pérez, Antonio; Y Borrás Farran, Miquel (2013): “Infoparticip@: periodismo para la participación ciudadana en el control democrático. Criterios, metodologías y herramientas”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 19, Núm. 2 (julio diciembre), págs.: 783803. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Padilla G, (2013), Usos de las redes sociales entre los universitarios españoles como nuevo paradigma de comunicación, Congreso Internacional de comunicación y sociedad digital.

Pineida M, (2011), Nuevas formas de ciudadanía asociadas a las redes de comunicación globales: el ciudadano digital, historia actual online, Nro. 24, págs. 163-183.

Silvio J, (s.f.), Las comunidades virtuales como conductoras del aprendizaje permanente, Instituto Internacional de la UNESCO para la educación superior en América Latina y el Caribe (IESALC) Venezuela.

Villarroel G, (2009), Perspectivas sobre la ciudadanía, Revista Extra Muros, Escuela de Educación (UCV), Numero 31 p.p. 11-38.

Anexos

A continuación se anexa el modelo de la encuesta que fue aplicada de manera virtual a cincuenta seguidores de la cuenta Facebook de Diario “El Comercio”.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. ¿Tiene usted un perfil activo en redes sociales?

() Si

() No

2. ¿Además de Facebook posee usted un perfil en otras redes sociales? (Puede elegir más de una opción)

() Instagram

() Pinterest

() Twitter

() hi5

Otras, mencione cual.....

3. ¿Para qué utiliza las redes sociales? (Puede elegir más de una opción)

() Para estar en contacto con amigos

() Para conocer gente

() Para compartir material multimedia

() Para informarse

4. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?

() Todos los días, más de una hora

() Todos los días, menos de una hora

Dos veces por semana

Una vez a la semana

5. ¿Es usted seguidor de Diario “El Comercio” en Facebook?

Si

No

6. ¿Ha visitado el perfil Facebook de Diario “El Comercio”?

Si

No

7. ¿Considera usted que las noticias presentadas en Facebook por Diario “El Comercio” son relevantes?

Si

No

8. ¿Ha realizado algún comentario sobre las noticias presentadas por Diario “El Comercio” en su muro de Facebook?

Si

No

9. ¿Considera usted que las redes sociales le dan libertad para expresar su pensamiento sin restricciones?

Si

No

10. ¿Considera usted que se puede ejercer ciudadanía desde las redes sociales?

Si

No