

Volúmen 6. Número 11. Edición especial febrero. Año 2023.

Mg. Milton González Santos.

Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, UPSE.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2819-2847>

Dra. Paola Cortez, PhD.

Coordinadora de la Maestría en Comunicación, UPSE.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5926-7282>

Dr. Fidel Chiriboga Mendoza, PhD.

Profesor del Módulo de Metodología de Investigación Cuantitativa

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3378-8610>



Análisis de estrategias comunicacionales y marketing político en redes sociales para elecciones 2023 en Guaranda

Analysis of communication strategies and political marketing in social networks for the 2023 elections in Guaranda

Autor: Del Pozo-Sánchez Christian Adrián

Programa de Maestría en Comunicación Universidad Estatal Península de Santa Elena. Santa Elena, Ecuador.

Correo: cdelpozo@outlook.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7230-8843>

Resumen

El uso de las redes sociales permite que la población acceda directamente a la información política de los candidatos, partidos y movimientos políticos a través de sus perfiles en las principales plataformas que existen en Internet, sin renunciar a la información que llega mediante los medios de comunicación tradicionales, pero cada vez en menor medida. Los políticos y sus equipos de comunicación están muy conscientes del cambio sociocultural que vive la comunicación en la era digital y buscan utilizar la interacción que ofrecen las redes sociales para llegar a la población objetivo y grupos de adeptos con mensajes intencionados y directos que sostengan la atención. El objetivo de esta investigación es analizar las estrategias de comunicación política y el uso del marketing social aplicadas en las redes sociales que utilizan los principales partidos y movimientos políticos del cantón Guaranda para la dignidad de alcalde en las elecciones seccionales de febrero de 2023. Los resultados obtenidos muestran cómo los políticos utilizan el contenido de las redes sociales como táctica de marketing social para lograr sus objetivos de comunicación e indagar cómo influyen en la intención de voto con miras a las próximas elecciones.

Palabras clave: comunicación política; comunicación digital; redes sociales; medios sociales; marketing político.

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 06 de enero de 2023.

Fecha de aceptación: 30 de enero de 2023.

Fecha de publicación: 15 de febrero de 2023.

ABSTRACT

The use of social networks allows the population to have direct access to the political information of candidates, parties, and political movements through their profiles on the main platforms that exist on the Internet, without renouncing the information that arrives through traditional media, but to an increasingly lesser extent. Politicians and their communication teams are well aware of the socio-cultural change that communication is undergoing in the digital era and seek to use the interaction offered by social networks to reach the target population and groups of followers with intentional and direct messages that sustain attention. The objective of this research is to analyze the political communication strategies and the use of social marketing applied in social networks used by the main political parties and movements in Guaranda for the dignity of mayor in the sectional elections of February 2023. The results obtained show how politicians use the content of social networks as a social marketing tactic to achieve their communication objectives and investigate how they influence voting intentions for the upcoming elections.

Keywords: Political communication; Digital communication; Social networking sites; Social media; Political marketing.

1. Introducción

Los políticos y sus equipos de marketing están muy conscientes de la diversificación y dinamización de las tecnologías de la información y comunicación, que han logrado que el intercambio de acontecimientos se realice con inmediatez, y el provecho que se puede obtener del uso de las redes sociales al profundizar en estrategias de comunicación que aglutinen a su audiencia alrededor de un proceso concentrador de opinión (Hong & Kim, 2016; Calderón Larrea & Jaramillo Ampuero, 2019).

Es evidente que, en los últimos años, los políticos han migrado la contienda electoral hacia las redes sociales, donde es posible obtener una mayor interacción en la comunicación entre las figuras políticas y la población debido a que estas permiten la delimitación adecuada del electorado y nuevas formas para recoger la opinión de la gente sobre cuestiones políticas relevantes, lo cual es un recurso vital para el éxito de los procesos electorales

modernos.

Precisamente las opiniones de los ciudadanos, recogidas a través de las plataformas en línea, son las que vuelven atractivas a las redes sociales, sin embargo se debe considerar que conforme sus propios intereses, estas pueden estar sesgadas hacia puntos de vista ideológicamente contrapuestos haciendo que la polarización política sea más evidente.

Al respecto, varios autores (Sunstein, 2009; Calderón Larrea & Jaramillo Ampuero, 2019; Castells et al., 1996) coinciden en que los políticos deben entender que la Internet se configura como un elemento de información interactivo conformado a partir de mensajes direccionados en todos los sentidos posibles, lo cual la convierte en un entorno sumamente fragmentado, individualizado e incontrolable que el generado por los medios de comunicación offline.

Sin embargo, para los actores políticos, esta misma polarización puede ser conveniente, pues permite crear nuevas estrategias comunicativas mediante la construcción de enemigos ideológicos que les ayuden a visibilizarse o la de humanización del candidato que muestre una faceta distinta a la del político en campaña y deje ver su lado de hombre de familia, de compañero, de hombre de pueblo.

Durante la revisión bibliográfica para esta investigación, se encontraron varios trabajos relacionados con el análisis de la efectividad de las estrategias de comunicación política y el uso del marketing social aplicadas a las redes sociales en Ecuador, sin embargo, estos estudios generalmente se limitan a figuras políticas y a ciudades con mayor concentración de electores como Quito, Guayaquil y Cuenca.

En concreto, la presente investigación se limita a conocer y analizar el

impacto de las estrategias de comunicación y los contenidos propuestos por los principales candidatos, partidos y movimientos políticos del cantón Guaranda, aplicados a las redes sociales como táctica de marketing para lograr sus objetivos de comunicación y medir el posicionamiento en la intención de voto del candidato con miras a las elecciones seccionales de febrero de 2023.

2. Metodología (Materiales y métodos)

El presente artículo se centró en medir la eficacia de las estrategias de contenidos propuestas por los partidos y movimientos políticos con mayor representatividad en la ciudad de Guaranda en redes sociales, mediante un análisis bibliográfico relacionado con el tema de estudio que, complementado con el uso de métodos cualitativos y cuantitativos (paradigma mixto), que permiten abordar aspectos como el grado de uso por parte de los diferentes actores políticos y determinar y en qué medida estas afectan las preferencias de voto.

La recolección de información se realizó durante la segunda semana del mes de octubre de 2022, una vez que fueron inscritas y aceptadas por el Consejo Nacional Electoral - CNE, las candidaturas para las elecciones seccionales de febrero de 2023, para lo cual se aplicó la técnica de *focus group* con el objetivo de medir el uso de redes sociales y la intención de voto respecto a los candidatos a una población de 20 personas que residen y sufragan en el cantón Guaranda, las cuales decidieron colaborar con la presente investigación. Fueron incluidas dentro de esta muestra hombres y mujeres de distintas edades, entre los 16 a los 60 años como muestra la Tabla 1.

3. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

Durante la etapa de recolección de datos, se observó que hay una mayor la tendencia de uso de la red social Facebook y los grupos de WhatsApp

para casi la totalidad de los participantes, como se evidencia en la Figura 1.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que, en una ciudad relativamente pequeña como Guaranda, los medios de comunicación tradicionales, como la radio, siguen siendo una herramienta de comunicación muy importante para los políticos a la hora de dar a conocer sus propuestas como lo muestra la Figura 2.

A pesar de ello, el uso de medios digitales está cambiando rápidamente esa realidad al mostrar un candidato más humano y cercano a la gente, lo cual se pudo evidenciar en la Figuras 5, pues independientemente de la afinidad política del entrevistado, el mensaje del candidato fue lo que tuvo una mayor receptividad por los electores.

Los resultados mostraron que existe una preferencia en cuanto a la intención de voto en favor del el Dr. Inti Yumbay, de acuerdo con lo que se puede visualizar en la Figura 3, que es el candidato a la alcaldía de Guaranda que ha tenido una mayor presencia en redes sociales Figura 4, pero también se evidenció un gran porcentaje de indecisos, es precisamente con ese voto indeciso del electorado al que los políticos deben apuntar sus estrategias de comunicación y marketing social.

Finalmente, para los participantes resultó importante que el candidato tenga mayor presencia en Facebook, plataforma que tiene mayor penetración en la población a nivel local, si este quiere lograr su objetivo electoral Figura 6.

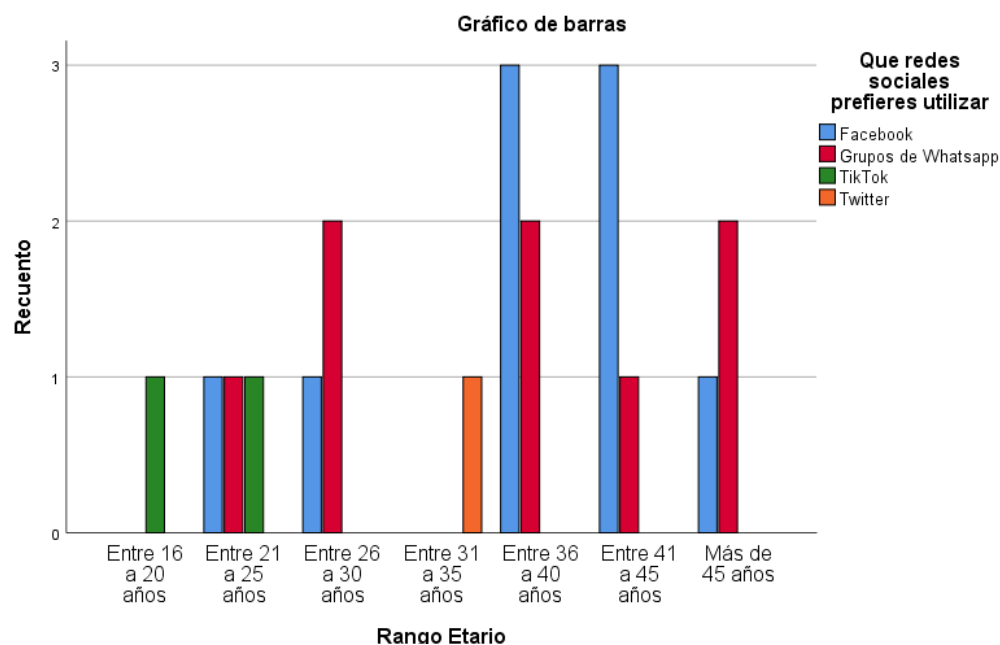
3.1. Figuras y Tablas

3.1.1. Tabla 1. Género y rango etario de la muestra.

		Género		Total
		Hombre	Mujer	
Rango Etario	Entre 16 a 20 años	1	0	1
	Entre 21 a 25 años	0	3	3
	Entre 26 a 30 años	1	2	3
	Entre 31 a 35 años	1	0	1
	Entre 36 a 40 años	1	A	5
	Entre 41 a 45 años	3	1	A
	Más de 45 años	1	2	3
Total		8	12	20

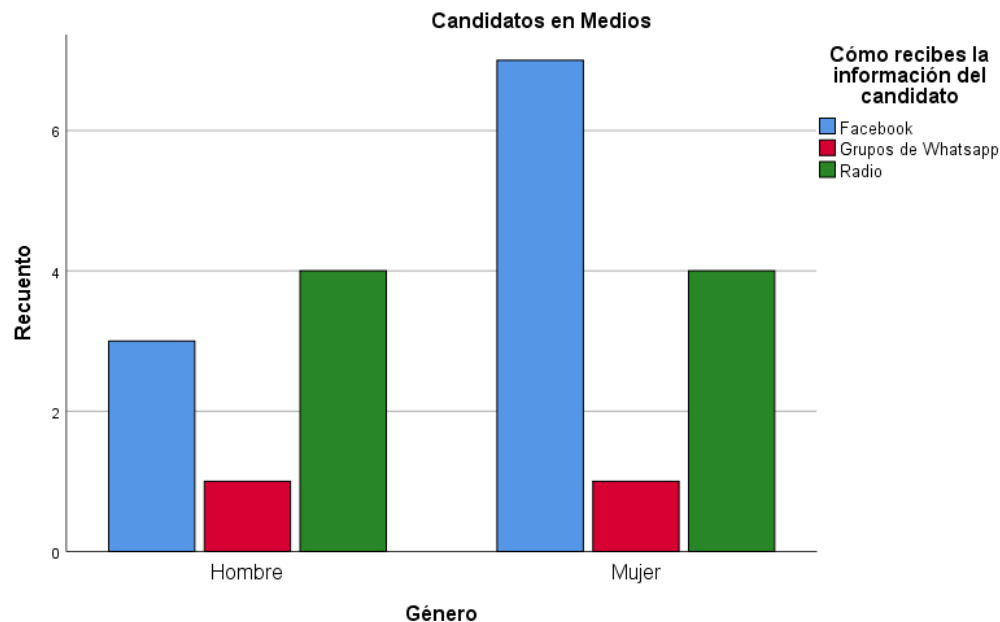
Fuente: Autor (2022).

3.1.2. Figura 1. Preferencia de uso de redes sociales.



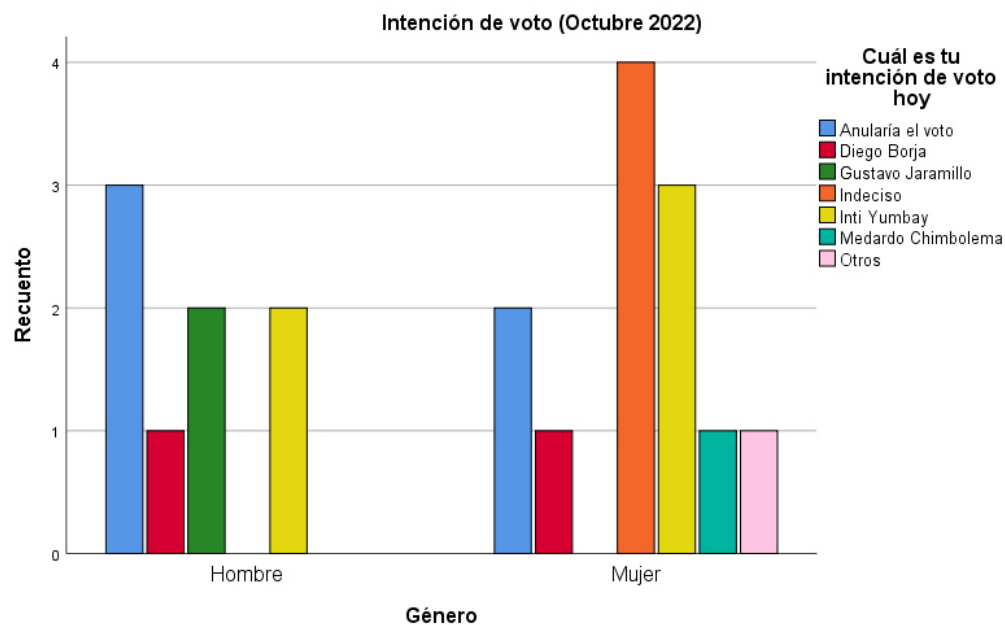
Fuente: Autor (2022).

3.1.3. Figura 2. Las redes sociales van desplazando a los medios tradicionales como fuente de promoción política.



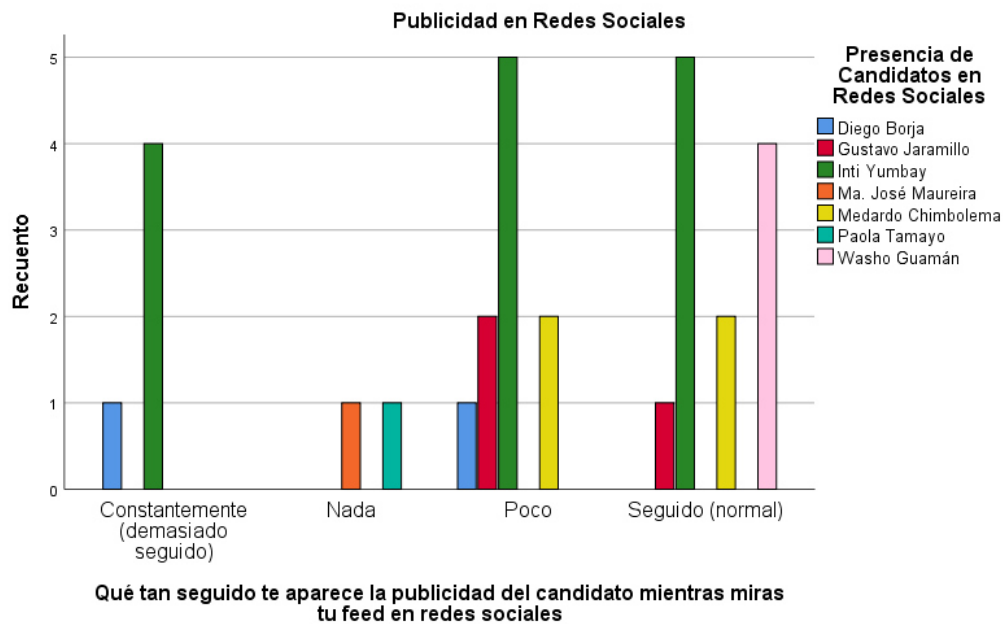
Fuente: Autor (2022).

3.1.4. Figura 3. Intención de voto para la dignidad de alcalde de Guaranda.



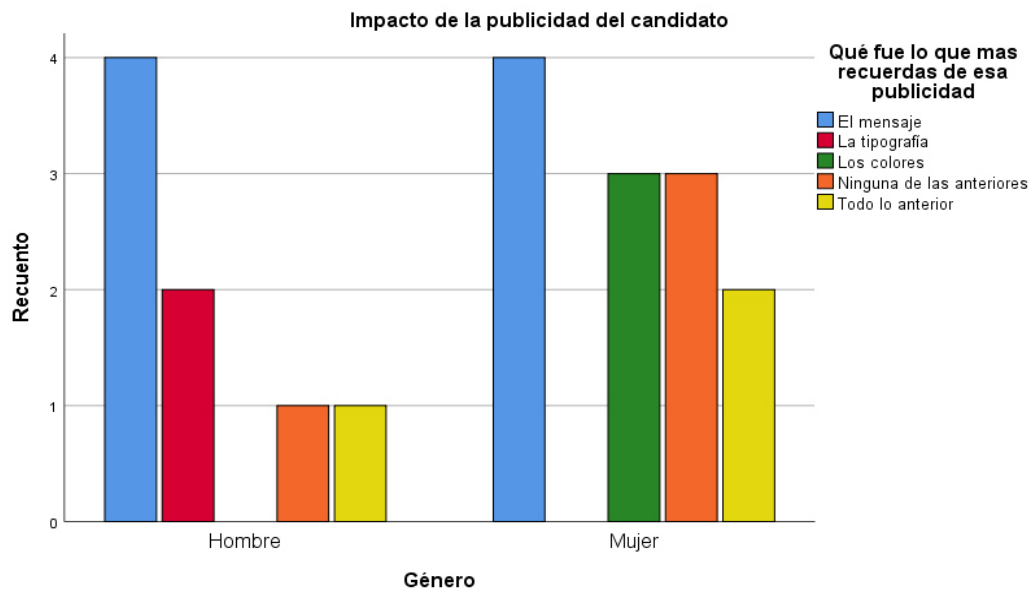
Fuente: Autor (2022).

3.1.5. Figura 4. Nivel de visualización de la publicidad del candidato en redes sociales.



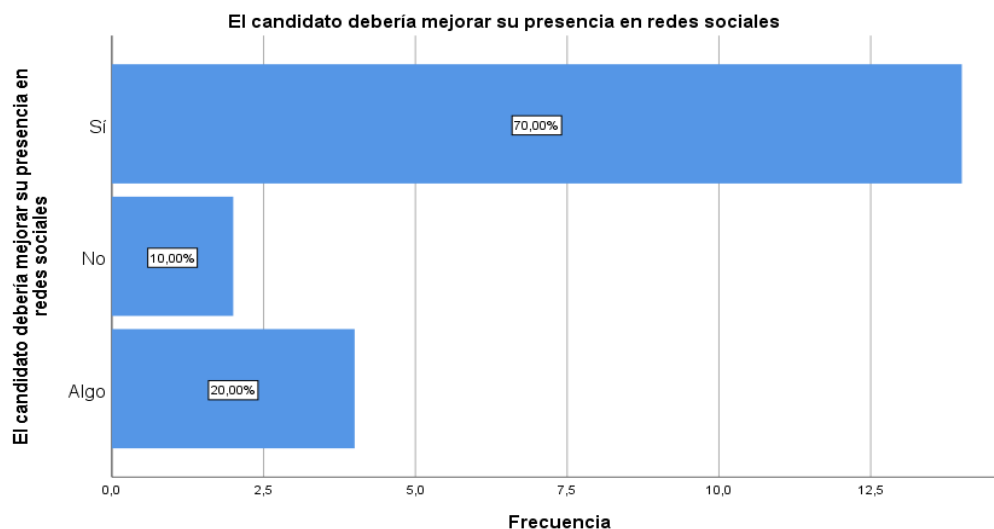
Fuente: Autor (2022).

3.1.6. Figura 5. Percepción de los usuarios sobre fortalecimiento de la comunicación del candidato en redes sociales.



Fuente: Autor (2022).

3.1.7. Figura 6. Percepción de los usuarios sobre fortalecimiento de la comunicación del candidato en redes sociales.



Fuente: Autor (2022).

4. Conclusiones

Los análisis realizados sobre el uso de las redes sociales y la percepción de los participantes en cuanto al manejo comunicacional de los candidatos permitieron llegar a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

1. En poblaciones relativamente pequeñas como Guaranda, los candidatos usan más la entrevista y la publicidad en radio que las redes sociales, lo que disminuye considerablemente su presencia en grupos de votantes jóvenes que sintonizan en menor medida a las emisoras locales.
2. Los resultados de esta investigación revelan la importancia de adecuar el mensaje político de los candidatos para su publicación en las distintas plataformas sociales que existen en Internet, enfocándose principalmente en las de mayor alcance y viralización.
3. Para el público, el tipo de publicidad que más impacto causa es la

que se maneja a través de Facebook, que es la red social de mayor preferencia en la comunidad guarandena, precisamente es esta red social donde los entrevistados señalan que los candidatos deberían fortalecer sus estrategias de marketing para lograr su objetivo de aumentar su intención de votos.

5. Referencias

- Calderón Larrea, M. J., & Jaramillo Ampuero, I. (2019). Mensaje político y eficacia electoral: microsegmentación en redes sociales en las elecciones seccionales de Quito. *Democracias*, 7(7), 179–210. <https://doi.org/10.54887/27376192.27>
- Castells, M., Castellana De Carmen, V., Gimeno, M., Alborés, J., & Edición, S. (1996). *La Sociedad Red*.
- Hong, S., & Kim, S. H. (2016). Political polarization on twitter: Implications for the use of social media in digital governments. *Government Information Quarterly*, 33(4), 777–782. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.04.007>
- Sunstein, C. R. (2009). *Going to extremes: How like minds unite and divide*. Oxford University Press.

El Eduentretenimiento en el lenguaje audiovisual "Woo, una Abogada Extraordinaria" y la percepción en los jóvenes del cantón Santa Elena

The Eduentertainment in the Audiovisual Language "Woo, an extraordinary lawyer" and the perception in the young people of the Santa Elena canton

Autor(es):

Soriano-Coral Julexi Tatiana

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/000-0003-2322-1386>

Correo: julexi.sorianocoral@upse.edu.ec

Ramírez-Zambrano Kerly Magdalena

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3435-2931>

Correo: Kerly.ramirezzambrano@upse.edu.ec

Resumen

En la actualidad los productos audiovisuales se han vuelto innovadores, a tal punto de que las producciones audiovisuales sean de exportación, este trabajo se centra en analizar el Eduentretenimiento del lenguaje audiovisual en la serie coreana "Woo una abogada extraordinaria". Tuvo como objetivo conocer el lenguaje audiovisual que se observa en la serie. Además, de su narrativa escrita, también se pudo identificar la percepción que tienen los jóvenes del cantón Santa Elena en relación al formato que emplea. Este estudio está enmarcado en un enfoque mixto, en donde se aplica la observación no participante, analizando dos episodios de la serie denominados: "La extraordinaria abogada Woo" y "This is Pengsoo" y una encuesta dirigida a 20 personas del Cantón, con el objetivo de extraer información sobre la correcta aplicación de la estrategia del Eduentretenimiento en la serie, si aporta o no con conocimientos importantes para la audiencia y conocer si estos formatos deberían ser empleados en los productos audiovisuales de nuestro país. Este estudio determina que la serie aplica correctamente el Eduentretenimiento, pues entretienen a la audiencia con el lenguaje audiovisual empleado, ya sea en escenas, ángulos, planos, entre otros. Además de, compartir conocimientos importantes referentes a leyes de un país. Se concluye que, más 100% de las personas encuestadas

prefieren que estos formatos sean empleados en producciones que se transmitan en las diferentes plataformas y cadenas televisivas de Ecuador.

Palabras Claves: Lenguaje Audiovisual; Corea del Sur; eduentretenimiento; Santa Elena.

Abstract

At present, audiovisual products have become innovative, to such an extent that audiovisual productions are for export. This scientific article has a mixed approach, it focuses on analyzing the Eduentertainment of audiovisual language in the Korean series "Woo an extraordinary lawyer". Its objective was to know the audiovisual language that is observed in the series. In addition, from its written narrative, it was also possible to identify the perception that the youth of the Santa Elena Canton have in relation to the format it uses. This study is framed in a mixed approach, where non-participant observation is applied, analyzing two episodes of the series called: "The extraordinary lawyer Woo" and "This is Pengsoo" and a survey directed to 20 people from the Canton, with the aim of objective of extracting information on the correct application of the Eduentertainment strategy in the series, whether or not it contributes with important knowledge for the audience and to know if these formats should be used in the audiovisual products of our country. This study determines that the series correctly applies Eduentertainment, since they entertain the audience with the audiovisual language used, be it in scenes, angles, planes, among others. In addition to sharing important knowledge regarding the laws of a country. It is concluded that more than 100% of the people surveyed prefer that these formats be used in productions that are broadcast on the different platforms and television networks in Ecuador.

Keywords: Audiovisual Language; South Korea; eduentertainment; Santa Elena.

1. Introducción

Las producciones audiovisuales en los últimos años, se han visto envueltas en una profunda transformación y aún más en las plataformas digitales, pues las audiencias ya no se quedan solo con las narrativas tradicionales, ahora buscan y suplantando su necesidad de ver algún tipo de producción audiovisual por diferentes plataformas tecnológicas, un entorno digital dominado por la saturación de información, difusión y creación de contenidos.

1.1 Eduentretenimiento

Camelo & Cabrera (2021) mencionan que el Eduentretenimiento busca “moverse más allá de la información y la comunicación y tiene el propósito de involucrar a las personas en un cambio social” (p.149). Cabe recalcar que, esta estrategia de comunicación se centra en el debate y la concientización para la acción social, es por eso que se conoce que la falta de información no es el centro del problema, sino la habilidad de los grupos sociales para identificar y actuar sobre ellos.

1.2 Lenguaje Audiovisual

Conocida como la comunicación que se transmite por medio de los sentidos, como la vista y oídos. También se ha mostrado como un soporte de canalización para la reinvención y reestructuración de historias, en donde se aprecia diferentes aspectos. **Morfológico:** elementos visuales, elementos sonoros. **Sintáctico:** planos, escenas, ángulos, composición de objetos, continuidad, iluminación, color, movimiento de cámara. **Semántico:** recursos lingüísticos, lenguaje empleado, narrativa escrita. **Estético:** armonía, bellezas visuales y didácticas, que faciliten la comprensión y aprendizaje de sus contenidos (Chaume, 2016, p.13).

2. Metodología

Hernández Sampieri (2018) menciona que, el enfoque mixto, entre otros aspectos, logra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno examinado, produce datos más ricos y variados, potencia la creatividad teórica, apoya con mayor solidez las inferencias científicas y permite una mejor exploración y explotación de los datos (p.663), direccionado en la observación no participante para identificar los aspectos relacionados a los formatos de narrativas y la producción audiovisual, se tomará como referencia varios capítulos específicos de la serie, mismo que nos muestras contenidos explícitos para identificar su narrativas audiovisuales, su composición, su formato, los planos y tomas que se utilizan, y hacen de su contenido el más llamativo e interesante. Así mismo, la segunda parte de la investigación se emplea una encuesta a 20 jóvenes del Cantón Santa Elena, con el fin de obtener la percepción que tiene este producto audiovisual en la muestra.

3. Resultados

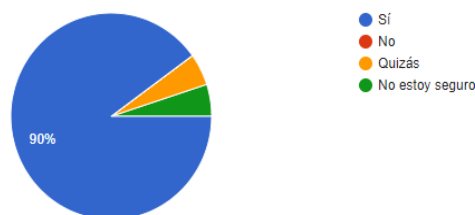
3.1.1 Observación no participante

Dentro de la composición visual del primer capítulo se observan diferentes tipos de planos, escenas, ángulos y tomas que ayudaron a comprender las acciones y el significado del mismo.

3.1.2 Encuesta

¿El mensaje de reflexión que mostraba la serie al final de cada capítulo creaba en ti, el deseo de aprender más sobre los derechos humanos?

20 respuestas



Fuente: Ramírez & Soriano (2022)

El 90% de los encuestados mencionaron que deseaban saber más sobre los derechos humanos, después de observar diferentes temáticas en el transcurso de la serie. Notarfrancesco (2022) explica que “los contenidos audiovisuales, no solamente forman un recurso de contenido de enseñanza sino también de aprendizaje que fortalece la comprensión de los contenidos impartidos en diferentes ámbitos”.

¿Te parecen atractivos e interesantes los escenarios mostrados a lo largo de la serie? (Planos, tomas, ángulos, sonidos e imágenes)

20 respuestas



Fuente: Ramírez & Soriano (2022)

Al total de los encuestados les pareció que la serie presentaba escenarios interesantes en cada capítulo.

Eduentretenimiento: es una estrategia de Comunicación para el cambio social, se utiliza esta modalidad tanto para la información y la comunicación, pero también tiene el propósito de involucrar a las personas en un ambiente educativo, mientras entretiene. Este enfoque parte del hecho de que la falta de información no es el centro del problema, sino más bien la habilidad en los grupos sociales para identificar y actuar sobre ellos. Esta propuesta se centra más en la generación del debate, la concientización para la acción social.

Ahora que conoces el significado de **Eduentretenimiento**. ¿Crees que la serie aplica bien esta estrategia de Comunicación?

20 respuestas



Fuente: Ramírez & Soriano (2022)

El total de encuestados creen que la serie tiene Eduentretenimiento y lo aplica de manera correcta, pues les enseña y entretiene al mismo tiempo, por lo contrario, Carrión & Salinas (2022) mencionan que no solo se debe educar y entretener, también sensibilizar, fomentar los comportamientos y valores.

4. Conclusiones

Mediante la observación no participante, se identificó que la serie Woo, una abogada extraordinaria, cuenta con un lenguaje audiovisual y una narrativa escrita llamativa, interesante e innovadora, en cuanto al ámbito cinematográfico, el ambiente que se utiliza en la serie es innovador y muestra una conjugación de planos muy diversos. Además de, utilizar ángulos y movimientos de cámaras que crean sensaciones y emociones en los espectadores, haciéndoles identificarse con cada caso. Lo antes mencionado respondería al objetivo general y primer objetivo específico del estudio.

Los encuestados en su mayoría jóvenes de 20 a 23 años, consideran que la serie llegó a tocar sus sentimientos por el excelente lenguaje audiovisual y narrativa escrita observada dentro de cada capítulo. Además de, aportar con la difusión a que más personas vean la serie porque, según su percepción, educa y entretiene a la vez. Por lo consiguiente, el 100% de respuestas afirman que, a Ecuador, le vendría bien innovar sus productos audiovisuales utilizando de manera correcta la estrategia de Comunicación llamada Eduentretenimiento. Esto respondió el tercer y último objetivo específico del artículo.

5. Referencias

- Anchundia, I. M. (2020). Analisis de los contenidos audiovisuales asiaticos en la audiencia juvenil en la provincia los Rios. *Universidad Técnica de Babahoyo*.
- Camelo, C. &. (2021). El rol de la persuación narrativa en el Eduentrtrenimientopara mejorae la salud en América Latina. *Revista de Comunicación*, 149 .
- CARRIÓN-SALINAS, G. A.-R. (2022). Una mirada educomunicativa a los programas televisivos ecuatorianos. *Universidad Técnica Particular de Loja*, 42.
- Chaume, F. (2016). *Cine y traducción*. Obtenido de https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/73755/2/DT_Marti%cc%81n_Medina_Mari%cc%81a_Luz.pdf
- Fedele. (2011). Obtenido de file:///C:/Users/USER%20PC%202017/Downloads/10.3916_C37-2011-03-05.pdf
- G, F. (s.f.). *COREA DEL SUR DE LA OLA A TSUNAMI CULTURAL*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8859/UTB-FCJSE-CSOCIAL-000351.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- M, S. (s.f.). *Ola Hallyu, estrategia mediática para impulsar la imagen*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2125/1/Tesis2310MINi.pdf>
- Murolo. (2018). *Maratón en Netflix. House of Cards, entre la narrativa de la televisión y la web*. Obtenido de https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/130056/CONICET_Digital_Nro.034b2cf6-0399-4757-a432-70fea6af2519_C.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Notarfrancesco, A. I. (2022). Edutubers: educación expandida a las redes . *XXIII REDCOM*.
- Pacheco, S. Y. (2021). Una mirada a la inclusión de Corea del Sur en los contenidos televisivos Mexicanos . *Editora en jefe* , 113.

- Pedro. (2019). *Qué es el contenido audiovisual*. Obtenido de <https://www.bambooaudiovisual.com/que-es-el-contenido-audiovisual/>
- Peña, L. S. (2019). Consumos culturales coreanos: El estudio del idioma en jóvenes guayaquileños. *Repositorio digital Universidad Casa Grande*, 34. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2130>
- Peña, L. S. (2019). Consumos Culturales Coreanos: El estudio del idioma en jóvenes guayaquileños . *Universidad Casa Grande*.
- SUMMA, R. (2018). *El Lenguaje Audiovisual: Técnicas y Tecnología*. *Red Universitaria Virtual Internacional*. Obtenido de https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/herramientas_digitales/unidad1_pdf1.pdf
- Tufte, T. (2015). *Comunicación y cambio social*. Obtenido de <https://revistas.uaa.mx/index.php/caleidoscopio/article/view/2572/2619>
- Vargas. (2014). Obtenido de <https://es.slideshare.net/AnaMRojas2/asia-y-su-cultura>

Plan de negocios comunicacional de lavadora de autos en Universidad Estatal Península de Santa Elena

Communication business plan for a car washer at the Santa Elena Peninsula State University

Autor:

Espíndola-Vásquez Cynthia

Maestría de Comunicación. Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).
Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2553-2738>

Correo: cynthiaespindolavas0382@upse.edu.ec

Resumen

El presente trabajo busca analizar comunicacionalmente un plan de negocios mediante lavadora de autos en la Universidad Estatal Península de Santa Elena que permita brindar un servicio de calidad a la comunidad universitaria. El análisis siguió un diseño de tipo descriptivo en varias fases; se utilizó el método inductivo y deductivo, tomando en cuenta que, de cierta manera, se tuvo también una parte exploratoria al indagar de manera profunda el problema. Además, el método deductivo permitió que se usen teorías para luego aportar con una hipótesis y comprobarla. También, se utilizó una fórmula de población finita para establecer el tamaño de la muestra de los conductores que fueron encuestados. Por último, se utilizaron técnicas de recolección de información de tipo cualitativo y cuantitativo tales como entrevistas, observación y encuestas, las cuales permitieron detallar los problemas reales de los negocios dedicados al lavado de vehículos, y establecer los elementos necesarios para la elaboración del plan de negocios acompañado de estrategias de comunicación. Dentro de los resultados cabe indicar que la concientización de las personas sobre el cuidado del medio ambiente cada vez es más evidente. Por otro lado, también es importante señalar que la nueva lavadora utilizará limpiadores, acondicionadores y protectores exteriores e interiores de primera calidad, que son ecológicos, no tóxicos y biodegradables, lo que significa que son seguros para el conductor, los pasajeros y el medioambiente.

Palabras claves: plan de negocios, ventas, lavadora de autos.

ABSTRACT

The present work seeks to analyze communicationally a business plan through a car washer at the Estatal Peninsula de Santa Elena University that allows providing a quality service to the university community. The analysis followed a descriptive type design in several phases; The inductive and deductive method was used, taking into account that in a certain way, there was also an exploratory part when investigating the problem in depth. In addition, the deductive method allowed theories to be used to later contribute with a hypothesis and verify it. Also, a finite population formula was used to establish the sample size of drivers who were surveyed. Finally, qualitative and quantitative data collection techniques were used, such as interviews, observation and surveys, which allowed to detail the real problems of the businesses dedicated to car washing, and to establish the necessary elements for the elaboration of the maintenance plan. business accompanied by communication strategies. Among the results, it should be noted that the awareness of people about caring for the environment is becoming more evident. On the other hand, it is also important to note that the new washing machine will use premium quality exterior and interior cleaners, conditioners and protectors, which are eco-friendly, non-toxic and biodegradable, meaning they are safe for the driver, passengers and the environment.

Keywords: business plan, sales, car washer.

1. Introducción

Las oportunidades de negocios en el sector automotriz han sido analizadas ampliamente. Sin embargo, el sector del lavado de vehículos es uno de los sectores que menos han sido analizados y que se considera atractivo por la demanda creciente. Es precisamente en este campo que se desenvuelve el presente análisis comunicacional; con la finalidad de aprovechar esta oportunidad de negocios tomando en cuenta que, en el sector geográfico de la investigación, aún no se cuenta con un establecimiento que brinde este servicio con calidad, y que satisfaga las necesidades de los consumidores. Sierra y Fávlarro (2016) expone a la comunicación como un espacio de traducción de lo cultural que hace posible el habitar humanos con

otros, esto es, la propia posibilidad de desarrollo. De igual manera Redalyc (2016) manifiesta que es un intercambio de información y comprensión en una situación de interacción personal en la que operan las ideas, pensamientos, sentimientos y valores de las personas que participan en dicho proceso. La importancia de un plan de negocios, que es una herramienta que colabora con los empresarios y gerentes de negocios a pensar a través y a favor de su idea de negocio, convencer a través de la comunicación a los posibles inversores y garantizar el éxito financiero para el mismo. Un buen plan de negocios resalta el producto de la empresa, cómo se llevará a cabo la producción y cómo el producto o servicio va a garantizar que se cautive a su mercado objetivo (Acosta, 2008).

En este sentido, se presenta el análisis comunicacional de plan de negocios mediante una lavadora de autos en la Universidad Estatal Península de Santa Elena - UPSE, ya que se ha observado, entre otros elementos, los altos precios y la insatisfacción de los clientes con el servicio de lavado de sus vehículos, de empresas que prestan este servicio en el área geográfica referida (Ríos, 2010). Por lo tanto, el presente trabajo explorará el entorno comunicacional y el entorno empresarial del lavado de autos a nivel macro y micro. El enfoque teórico se basa en la revisión de la literatura de planes de negocios que se dediquen al lavado de vehículos; se revisa los principales resultados de proyectos de lavadoras de autos de diferentes tipos en varios países, resaltando las principales estrategias, tanto de segmentación de mercado, comunicación y financiamiento que estos proyectos utilizaron (El Comercio, 2016). Dentro de los métodos cualitativos teóricos utilizados se ha recopilado información secundaria consultando libros relevantes, artículos en línea y sitios web, para adquirir un conocimiento profundo sobre el desarrollo de un plan de negocios para el lavado de autos y como se encuentra el entorno macro para el nuevo negocio. Dentro de los métodos prácticos, la investigación

utiliza técnicas e instrumentos de recolección de información tanto cualitativos como cuantitativos (Corbetta, 2007). Dentro de los cualitativos, se encuentran entrevistas a expertos en el negocio de lavado de autos y la industria automotriz, y a las autoridades de la UPSE. También se encuentra la observación directa, ya que se desea saber las condiciones del lugar donde operaría la lavadora. Finalmente se utilizan encuestas a los potenciales clientes para establecer la demanda para el negocio.

2. Metodología

El trabajo siguió un diseño de tipo descriptivo en varias fases. Primero, se utilizó el método inductivo y deductivo, tomando en cuenta que, de cierta manera, la investigación tuvo también una parte exploratoria al indagar de manera profunda el problema. Además, el método deductivo permitió que se usen teorías para luego aportar con una hipótesis y comprobarla. Segundo, se utilizó una fórmula de población finita para establecer el tamaño de la muestra de los conductores que fueron encuestados. Dado la disponibilidad de información se utilizó además un método de muestreo no probabilístico por cuotas. Por último, se utilizaron técnicas de recolección de información de tipo cualitativo y cuantitativo tales como entrevistas, observación y encuestas, las cuales permitieron detallar los problemas reales de los negocios dedicados al lavado de vehículos, y establecer los elementos necesarios para la elaboración del plan de negocios. La investigación utilizará dos métodos: el inductivo donde El razonamiento inductivo funciona pasando de observaciones específicas a generalizaciones y teorías más amplias. Informalmente, a veces se le denomina enfoque de abajo hacia arriba. Tomando en cuenta, que el razonamiento inductivo, se comienza con observaciones y medidas específicas, la investigación detectará patrones y regularidades, especialmente determinando el perfil del cliente para la lavadora de vehículos

y detectando los problemas actuales relacionados a las necesidades no satisfechas, relacionadas a la limpieza de sus vehículos. Finalmente, se terminará desarrollando algunas conclusiones o conceptos relacionados a la investigación; y, el deductivo que funciona de lo más general a lo más específico. A veces se le denomina informalmente un enfoque de arriba hacia abajo. En este sentido, se comienza pensando en una teoría sobre un tema de interés, para luego establecer una hipótesis extraída de esta teoría, para comprobarla. Dada la naturaleza del método deductivo, la investigación se basa en teorías que demuestran la importancia de un plan de negocios para la creación de una empresa en cualquier sector productivo. Luego se estableció la hipótesis de la investigación, la que posteriormente será comprobada utilizando las herramientas estadísticas adecuadas.

Aunque estos dos métodos tienen enfoques diferentes cuando se está realizando la investigación, el razonamiento inductivo, por su propia naturaleza, es más abierto y exploratorio, especialmente al principio. El razonamiento deductivo es de naturaleza más cerrada y se ocupa de probar o confirmar hipótesis. Aunque un estudio en particular puede parecer puramente deductivo, la mayoría de las investigaciones sociales involucran procesos de razonamiento inductivo y deductivo en algún momento del proyecto. Es por eso que debido a que la investigación también incluye una fase de exploración y otra de deducción con comprobación de una hipótesis, los dos métodos descritos anteriormente serán utilizados en la investigación. El método de muestreo que será utilizado es un muestreo no probabilístico por cuotas no proporcional, el cual permitirá tener representación de diferentes grupos de la población objetivo. Cabe mencionar que los grupos de la población estarían divididos por tipos de vehículos que poseen los conductores.

3. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

La población de la investigación está conformada por las personas que residen en la provincia de Santa Elena y que conducen un vehículo, que son los que necesitan del servicio de lavado de autos. Cabe mencionar que la población fue determinada de acuerdo a las últimas estadísticas presentadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, cuya base de datos se encuentra actualizada hasta el 2015, la cual muestra que el número de vehículos matriculados en la Provincia de Santa Elena es de 22.281. Dentro de estas estadísticas, se encuentran, automóviles, autobuses, camioneta, jeeps, motocicletas, tanqueros, tráilers, volquetas y otras clases.

Tabla 1. Detalle de Vehículos

Segmento de la población	N: Personas
Personas con automóviles	6924
Personas con autobuses	425
Personas con camiones	836
Personas con camionetas	3380
Personas con furgonetas C	550
Personas con furgonetas P	246
Personas con jeep	1409
Personas con motocicleta	8225
Personas con tanqueros	77
Personas con trailers	77
Personas con volqueta	75
Personas con Otra clase de vehículo	57
Total de vehículos	22.281

Fuente: Espíndola, Vizcaíno 2019. Muestra tomada en las instalaciones de la comunidad universitaria.

Tomando en cuenta que se conoce el número de elementos de la población objetivo, se utilizó una fórmula de población finita para elegir al tamaño de la muestra de los conductores de vehículos que serán encuestados.

$$n = \frac{P * Q * N}{\frac{(N - 1)E^2}{K^2} + P * Q}$$

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

k= número de desviaciones estándares. Se utilizó el 95.5% con dos desviaciones estándares.

P= probabilidad de éxito o proporción esperada. Se utilizó el 0.50.

E= error máximo admisible. Se trabajó con el 5% de error.

$$n = \frac{P * Q * N}{\frac{(N - 1)E^2}{K^2} + P * Q}$$

$$n = \frac{0.50 * 0.50 * 22281}{\frac{(22281 - 1)0.05^2}{2^2} + 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{0.25 * 22281}{\frac{(22280)0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{5570.25}{\frac{55.70}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{5570.25}{13.925 + 0.25}$$

$$n = \frac{5570.25}{14.18}$$

$$n = 323$$

Es decir, se encuestarán a 323 personas que poseen un vehículo.

3. Conclusiones

El análisis nos ha llevado a conocer con mayor exactitud a través de la comunicación que un Plan de Negocios de lavadoras de autos es posible y de gran utilidad para la comunidad universitaria donde están incluidos: estudiantes, docentes, personal administrativo, personal de servicios generales y guardias; así como también usuarios externos que deseen hacer uso de este servicio cuya información la han recibido a través de estrategias de comunicación.

4. Referencias

Acosta, A. (2008). *Asamblea Constituyente - Sistema financiero*. Quito - Ecuador: BCDS.

AEADE. (Febrero de 2017). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador: http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2017/01/Sector-en-cifras-4_enero-2017-1.pdf

Barrow, C. (2008). The business plan workbook. *Kogan page*.

Campbell, S. (2002). *Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social*. (AMMORRORTU, Ed.). Buenos Aires, Argentina.

Corbetta, P. (2007). Metodología y técnicas de investigación cualitativas. MADRID: MC GRAW HILL.

Cuadros, M. (2006). *Plan Nacional Decenal de Educación para el sector de economía solidaria*. Medellín - Colombia.

El Comercio (16 de Diciembre de 2016). Lavadoras, una historia reluciente. *El comercio*.

El Telégrafo (17 de Marzo de 2017). La venta de vehículos mejoró 45% en relación a 2016.

El Universo (9 de Julio de 2012). Un negocio surge con el lavado ecológico de autos. *El Universo*.

Fernández P. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. España: CAD ATEN PRIMARIA.

INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/banco-de-informacion/>

Jabri, A. (2011). Effect of using Wastewater on the Properties of High Strength Concrete. *Procedia Engineering*, 370-376.

Karakulski, K., & Morawski, W. (2003). Treatment of wastewater from wastewater from car washes by ultrafiltration. *Fresenius Environment Bulletin*, 343-348.

Lau, W., Ismail, J., & Firdaus, F. (2013). Car wash industry in Malaysia: Treatment of car wash effluent using ultrafiltration and nanofiltration membranes. *Eparation and purification Technology*, 26-31.

Lisio, C. D. (2009). *¿Las cooperativas como parte de la economía social, una alternativa para salir de la crisis?* Uruguay: RECM.

Molina, J. (15 de septiembre de 2008). *Atlantic International University*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de Atlantic International University:
<https://www.aiu.edu/applications/DocumentLibraryManager/upload/Jordi%20Jard%C3%AD%20Molina.pdf>.

Naranjo, E., & Urgilés, G. (2012). *Repositorio de la ESPOL*. Recuperado el 20 de septiembre de 2017, de Repositorio de la ESPOL:
<file:///C:/Users/user/Desktop/case%20studies%20in%20tourism/paper%20conference/anteproyecto/roberto/paper%201.pdf>

Salazar, J. (2011). Plan de negocios para lavado de vehículos. *The car wash experience*.

UGRSF (23 de septiembre de 2017). *Metodología para medir la vulnerabilidad financiera de las entidades financieras privadas mediante un sistema de alertas tempranas*. Ecuador: Unidad de Gestión del Riesgo del Sistema Financiero. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Cuadernos/Cuad135.pdf>

Adolescentes vinculados en centros de acogida en la ciudad de Guayaquil

Adolescents linked to reception centers in the city of Guayaquil

Autores:

Merchán-Cercado Sara Maribel

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6495-4482>

Correo: sara.merchancercado3815@upse.edu.ec

Sornoza-Casanova María Monserrate

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2546-4245>

Correo: maria.sornozacasanov0752@upse.edu.ec

Macias-Morán Víctor Alfredo

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9015-6900>

Correo: victor.maciasmoran8541@upse.edu.ec

Resumen

Nuestro trabajo tuvo como objetivo principal explorar el proceso de reinserción familiar de adolescentes en situación de abandono vinculados a Centros de Acogidas en la ciudad de Guayaquil. La metodología empleada se basó en un diseño no experimental, con enfoque mixto, método lógico-deductivo, empleando las técnicas de recolección de información; la entrevista y la encuesta; además, se estableció un muestreo discrecional tomando como referencia la población de adolescentes varones, personal técnico de la Fundación Padres Carmelitas y personal técnico del MIES. Es importante referir que existe una norma técnica del Protocolo de Acogimiento Institucional y especificaciones técnicas que deben tener las organizaciones no gubernamentales reconocidas como Casa de Acogida. Finalmente, se establece que los adolescentes que se encuentran vinculados a estas

instituciones sociales consideran la opción de volver con sus familias, aunque son conscientes de que sus familiares no se comprometen con el proceso de reinserción.

Palabras Clave: Reinserción familiar, niño abandonado, casas de acogida

ABSTRACT

The main objective of our work was to explore the process of family reintegration of abandoned adolescents linked to Shelter Centers in the city of Guayaquil. The methodology used was based on a non-experimental design, with a mixed approach, logical-deductive method, using information collection techniques; the interview and the survey; In addition, a discretionary sampling was established taking as a reference the population of male adolescents, technical personnel of the Carmelite Fathers Foundation and technical personnel of the MIES. It is important to mention that there is a technical standard for the Institutional Shelter Protocol and technical specifications that non-governmental organizations recognized as Shelter Houses must have. Finally, it is established that the adolescents who are linked to these welcoming institutions consider the option of returning to their families, although they are aware that their relatives do not commit to the reintegration process.

Keywords: Family reintegration, abandoned child, foster homes

1. Introducción

La interacción familiar puede favorecer o vulnerar los derechos de los miembros de la familia, en ese sentido, el entorno puede ejercer condiciones sociales favorables o desfavorables para los menores de edad, generando condiciones de abandono y vulnerabilidad en adolescentes que, en caso de

detectarse vulneración de los derechos del menor, la legislación ecuatoriana ordena la separación del adolescente de su familia, para ser derivado a organizaciones no gubernamentales, llamadas Centros de Acogida Institucional.

Es importante que los padres adquieran la suficiente competencia para proporcionar el cuidado, frenando así tratos, y comportamientos que se reproducen a un nivel social y cultural. Se debe educar a padres y comunidades donde no existe criterios sobre igualdad de género. El apoyo a organizaciones es muy importante puesto que, brindan su ayuda a esta realidad.

Nuestro trabajo tiene como objetivo identificar el comportamiento del adolescente que forma parte de estos centros de acogida. Muchos de los menores han perdido a sus padres, tutores o curador, encargado de su cuidado, causando de esta manera un impacto a su bienestar, así como en lo psicológico, en lo físico, rendimiento académico y su entorno social.

2. Metodología (Materiales y métodos)

Los Centros de Acogida, reciben a niños y adolescentes, brindándoles un ambiente propicio que fomenta la educación y las buenas costumbres, además los integrantes de estas casas tienen acceso a salud, servicios pedagógicos, servicios nutricionales y formación académica; mientras que el resto del equipo profesional. Según las estadísticas referentes al año 2015 en la Provincia del Guayas, propiamente en la ciudad de Guayaquil, esta casa de acogida tiene la mayor población y sin duda las cifras van en aumento.

Métodos Empíricos: Corresponden a las técnicas que emplea el investigador para recabar información cuantitativa y cualitativa (Hernández, 2006). Estas técnicas se aplican en función a instrumentos.

Técnica de la Entrevista: Es un diálogo libre realizado entre dos personas o más, generalmente es dirigida por el investigador (quien realiza las preguntas) y el actor clave (el entrevistado que responde las preguntas) (Hernández, 2006)

Instrumento: Cuestionario de preguntas abiertas, entrevista y encuestas realizada bajo cuatro formatos personalizados, dirigidos, al Dr. Rómulo Bermeo Sañudo, Abg. Leydi España Palomino, adolescentes de Centro de Acogida Padres Carmelitas Descalzos.

Técnica de la Encuesta: Esta técnica permite cuantificar los resultados, las variables estudiadas y exponerlos en expresiones gráficas, recoge información de naturaleza cuantitativa o instrumento, cuestionario de preguntas cerradas y de opción múltiple.

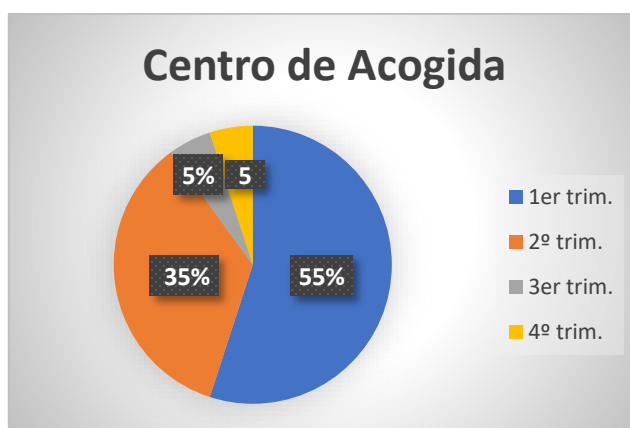
3. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

La aplicación de las entrevistas recoge información cualitativa de los distintos actores claves y personal técnico del MIES con la intención de identificar los procesos ejecutados en las Instituciones de Acogida. A continuación, se presentan los principales hallazgos de las entrevistas dirigidas, a la Abogada del MIES. Leydi España Palomino, al Psicólogo Dr. Rómulo Bermeo Sañudo y adolescentes del centro de acogida Padres Carmelitas.

Entrevista al Dr. Psicólogo y Trabajador Social del Ministerio de Salud Pública. Los profesionales del área de psicología y trabajador social explican que se realiza un acompañamiento indirecto con los adolescentes, y una orientación a la familia, mientras que la trabajadora social realiza las visitas a las familias para mejorar el vínculo y convivencia familiar, por su parte la psicóloga realiza sesiones individuales para abordar las problemáticas del adolescente, fomentando una positiva autoestima y autoconcepto.

La encuesta fue aplicada a los 20 adolescentes que residen en la Casa de Acogida del Proyecto Salesiano en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de conocer sus opiniones acerca de los servicios que reciben y sus expectativas de reinserción familiar.

1.- Cómo califica la Convivencia en la Casa de Acogida?



Análisis: El 55% de los adolescentes encuestados respondieron que la convivencia en la casa de acogida era satisfactoria, seguido de un 35% que manifestaron que se sentían muy satisfechos, a diferencia de solo un 5% que indicó sentirse poco satisfactorio y otro 5% respondió sentirse totalmente insatisfecho con la convivencia. Lo que significa que luego del periodo de adaptación y la intervención profesional, los adolescentes empiezan a dar una importancia positiva a la convivencia en el centro de acogida.

Nombre	Cargo	Institución	Cantidad
Dr. Rómulo Bermeo Sañudo	Especialista en tratamiento de adicciones	MSP	2
Leydi España Palomino,	Abogada	MIES	4
Adolescentes de Centro de Acogida	Adolescentes de centro de acogida	Padres Carmelitas Descalzos.	20

La población y muestra delimitada en la tabla anterior detalla el grupo humano de quienes se recogerá la información necesaria mediante la aplicación y análisis de los instrumentos escogidos, bajo procedimiento científico.

Análisis de resultados

En el siguiente apartado se presenta el análisis de resultados de los instrumentos aplicados durante el trabajo de campo, considerando que se aplicaron entrevistas al personal técnico del MIES y del centro de igual manera con estos participantes se llevó a cabo un grupo focal, y por otro lado, se realizaron encuestas a los jóvenes vinculados a las Casa de Acogida.

4. Conclusiones

Los Adolescentes que se encuentran vinculados a las Casas de Acogida consideran que el espacio físico y las atenciones que reciben del centro acogiente son buenas, aunque no todos los adolescentes se sienten a gusto con la convivencia, la mayoría generan un vínculo afectivo y una gran cercanía con sus educadores. De igual manera, es posible afirmar que los adolescentes valoran la formación académica y cristiana que reciben en el centro.

5. Referencias

- Barahona, M. (2016). El acogimiento institucional y el derecho constitucional de los niños, niñas y adolescentes a contar con una familia (tesis de pregrado). Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20178/1/FJCS-DE-912.pdf>
- Barrena, S. (2014). El pragmatismo. Navarra-Spain: Universidad de Navarra.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México D.F.: Pearson Educación.
- Carrera, A. (2016). Recursos, Funcionalidad y Disfuncionalidad Familiar . Obtenido de <https://www.avntf-evntf.com/wpcontent/uploads/2016/06/Recursos-funcion.-y-disfunc.-fam.-A.-Carreras.-2014.pdf>
- Código de la niñez y adolescencia. Ley No. 100. en Registro Oficial 737. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2014/9503.pdf>
- Constitución de Ecuador. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Constitución del Ecuador. (2016).

Plan nacional de erradicación de violencia de género contra las mujeres, niñez y adolescencia. Obtenido de Centros y Casas de Acogida:
https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/E C U/INT_CEDAW_ARL_ECU_18967_S.pdf

Custodio, A. (5 de agosto de 2008). Métodos y Técnicas de la Investigación Científica. Obtenido de Gestipolis:
<http://www.gestipolis.com/metodosy-tecnicas-de-investigacion-cientifica/>

Gestión de la comunicación en la seguridad vial para disminuir las muertes por accidentes de tránsito en Guayaquil

Management of communication in road safety to reduce deaths from traffic accidents in Guayaquil

Autor:

Avenidaño-Camacho María Janeth

Universidad Estatal Península de Santa Elena, UPSE. Santa Elena, Ecuador.
Correo: maria.avendanocamach9029@upse.edu.ec

Resumen

Con este trabajo se busca que quienes habitan en Guayaquil conozcan y reconozcan las normas y leyes que ofrecen seguridad vial en la localidad y el país. Queda claro, en este análisis que se debe fortalecer la educación vial implementando la materia en jardines, escuelas, colegios y universidades, pero también en espacios varios en donde se llegue a gran parte de la población local que tiene que aprender y recordar las regulaciones, deberes, obligaciones, pero también sus derechos para exigir a la autoridad las acciones que deben cumplir en el mejoramiento de vías y materia de tránsito, aplicando mensajes claros y sencillos, con cifras reales, estableciendo sanciones que se repliquen en cada espacio, en los medios de comunicación y redes sociales, para prevenir accidentes de tránsito y por ende disminuir las cifras de siniestros, fallecidos y heridos que se reportan diariamente. Para la realización de este documento se utilizó la metodología mixta, se encuentra clasificados en métodos como el hermenéutico, fenomenológico y el de investigación –acción. Se desarrolló una investigación ampliada en la revisión de informes, reportes estadísticos, entrevistas, encuestas en la escala Likert, notas periodísticas, entre nacionales e internacionales.

Palabras clave: Seguridad; vial; accidentes; tránsito; educación.

ABSTRACT

With this work it is sought that those who live in Guayaquil know and recognize the norms and laws that offer road safety in the town and the country. It is clear, in this analysis, that driver education should be strengthened by implementing the subject in kindergartens, schools, colleges and universities, but also in various spaces where a large part of the local population is reached, who has to learn and remember the regulations. duties, obligations, but also their rights to demand from the authority the actions that must be carried out in the improvement of roads and traffic matters, applying clear and simple messages, with real figures, establishing sanctions that are replicated in each space, in the media of communication and social networks, to prevent traffic accidents and therefore reduce the figures of accidents, deaths and injuries that are reported daily. For the realization of this document, the mixed methodology was used, it is classified in methods such as hermeneutic, phenomenological and action research. An extended investigation was developed in the review of reports, statistical reports, interviews, surveys on the Likert scale, journalistic notes, between national and international.

Keywords: Security; road; accidents; transit; education.

1. Introducción

Siendo la seguridad vial un componente que permite la intervención de la ciudadanía, llámese esta conductor o peatón, entidades de gobierno dentro de su jurisdicción por el estado de las vías, autoridad de control del tránsito, leyes de tránsito y conexas, donde se espera la intervención de la empresa privada y otros organismos multilaterales que tengan que ver con el ramo, con el objetivo de aunar esfuerzos no solo en obras, sino en estrategias comunicacionales adecuadas para educar y concienciar a la colectividad sobre la necesidad de autoevaluarse y corregirse a la hora de ejercer su rol en las vías.

Es así que el primer frente es la educación vial, componente que se espera sea prioridad en las cátedras, pero que en la actualidad rebase lo

tecnológico llegando a las redes sociales, medios de comunicación y actividades ATL – BTL, siendo el boca a boca el método más importante que permite su difusión y se busca que despierte la atención de niños, jóvenes y adultos; convirtiéndolo en el tema de conversación y sano debate en el momento de viajar por las vías, que sea tomado como urgencia priorizar las salidas oportunas o “a tiempo” para realizar sus trayectos, lo cual invitará a manejar con calma respetando los límites de velocidad, prestando total atención a las vías y lo que en ellas se pueda presentar.

Entonces está latente la necesidad de crear mensajes de fácil comprensión para la ciudadanía, con textos, artes gráficas, videos y demás que educomuniquen correctamente, que impacten y permitan llevar a conductores y peatones a la reflexión, pero principalmente que se dé la colaboración de todos en la difusión y esparcimiento de estos mensajes que siempre tendrán la finalidad de prevenir accidentes de tránsito y, por ende, disminuir las muertes que se presentan en las carreteras o vías de Guayaquil.

2. Metodología (Materiales y métodos)

Durante un mes se ha realizado la revisión y recopilación de información desde los diferentes actores de la realidad de tránsito local, provincial y nacional, así como contenido mundial de organismos multilaterales al que pertenecemos como país y cuyas disposiciones deben aplicarse como parte de las recomendaciones para prevenir y reducir las muertes o lesionados por accidentes de tránsito, cifras alarmantes que llevan a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Mundial y Panamericana de la Salud (OMS) (OPS) a comparar sus resultados anuales de muertes a las dejadas por la pandemia de la Covid -19.

Para la realización de este documento se ha consultado a Guarnizo y Ortega, (2018), donde mencionan que la investigación cualitativa es una investigación social, de indagación, la recolección de datos, la observación prolongada y la base de datos, generando reflexiones analíticas, usando el método de investigación –acción. Desarrollando diferentes técnicas como base del trabajo a realizar.

Asimismo, se aplicaron entrevistas individuales abiertas a conveniencia del investigador, testimonios de expertos en la materia de la Comisión de Tránsito del Ecuador, así como la aplicación de una encuesta aleatoria a habitantes de la ciudad de Guayaquil que permitió recabar datos como las sugerencias enriquecedoras de los propios actores viales.

Preguntas de la encuesta

Variable 1

¿Sabe usted que es seguridad vial?

Normas de tránsito

Conjunto de acciones para el bienestar vial

Educación vial

¿Sabes cuál es la realidad de siniestros, fallecidos y heridos en el tránsito en Guayaquil?

Alta

Media

Baja

¿Usted recibió en algún momento clases para la seguridad vial?

Si

No

Variable 2

¿Cuáles son los mensajes informativos que se sugieren aplicar para la difusión de campañas de educación vial?

Reacciones ante un accidente de tránsito

Infracciones y sanciones

Consejos de seguridad vial

¿Qué otros elementos sugiere que conformen la campaña de concienciación ciudadana para que sean efectivas?

Videos

Fotos

Gráficos

Testimonios

¿Consideras que las sanciones o multas son una forma de concienciar a la ciudadanía?

Si

No

¿Cuál o cuáles son los medios de difusión que se sugiere emplear a la CTE?

Campañas en medios de comunicación tradicionales

Campañas a la ciudadanía

Campañas en redes sociales

Campañas en centros de educación

También se recoge datos de la ATM del 2017, de medios locales y nacionales que reportaron cifras de las coactivas aplicadas, determinando un número de multas aplicadas por la autoridad local, sumado a las cifras de

sinistros, heridos y fallecidos en un comparativo 2021 y 2022, en similar periodo.

3. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

Se define que la seguridad vial es el conjunto de acciones y mecanismos que garantizan el buen funcionamiento de la circulación del tránsito; mediante la utilización de conocimientos (leyes, reglamento y disposiciones) y normas de conducta; para peatón, pasajero o conductor, a fin de usar correctamente la vía pública previniendo los accidentes de tránsito. También se refiere a las tecnologías y métodos empleados en el desplazamiento terrestre como ómnibus, camión, automóvil, motocicleta, bicicleta y a pie (enciclopedia en línea Wikipedia).

Para seguridad-vial.net, de Fundación CEA de España existe seguridad vial cuando se cumplen las leyes y normas de conducta por parte de todas las personas que utilizan las vías, con el fin de evitar accidentes de tráfico y con ellos **lesiones graves y muertes**.

Bajo estos concepto, debemos decir que la seguridad vial es un compromiso de todos quienes conformamos el circuito vial, pero también de las autoridades locales o nacionales del ramo que deben cumplir con las obras, señalización, difusión, entre otras que permitan una correcta aplicación para el cumplimiento de los derechos y obligaciones establecidos en la Constitución del Ecuador, la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial (LOTTTSV), Código Orgánico Integral Penal (COIP) y demás leyes conexas en el ámbito nacional e internacional que mantenemos con organismos multilaterales, avalando su cumplimiento y sanciones a quienes

por sus acciones u omisiones ocasionen accidentes viales que conlleven muertes, lesiones a humanos o daños materiales.

De acuerdo a cifras de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) en un comparativo de 2021 y 2022 se reporta un incremento de la siniestralidad del 1,8%, el incremento del 8,40% de heridos y el alza en un 3.22% de fallecidos (Gráfico 1).

Gráfico 1. Estadística mensual por provincia.

Agencia Nacional
de Tránsito



LINEARIO Nº 101
SINIESTROS DE TRÁNSITO, LESIONADOS Y FALLECIDOS EN SINI, SEGÚN PROVINCIAS POR MESES 2022

PROVINCIA	TOTAL ACUMULADO	%	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SINIESTROS DE TRÁNSITO, SEGÚN PROVINCIAL POR MESES 2022															
AZUAY	1.155	0%	76	1	3	97	110	103	79	112	81	109	79	81	102
BULWY	79	0%	8	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
CANAR	108	0%	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
CARCHI	40	0%	0	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
CI IMBORAZO	555	0%	40	50	50	41	50	50	40	50	40	40	40	50	50
COCHABAM	129	0%	7	0	0	12	13	8	12	10	10	10	10	10	10
EL ORO	813	4%	49	54	77	80	80	84	83	79	82	70	49	49	49
ELIZABETH	215	0%	10	14	14	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
ELIZABETH	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GUAYAS	7.849	37%	888	834	884	834	884	884	884	884	884	884	884	884	884
IMBABURA	335	0%	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
LOJA	640	0%	47	48	55	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
LOS RIOS	1.188	0%	108	79	84	108	102	104	112	91	108	101	79	104	104
MANABI	2.709	0%	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
MOCHISA SANTIAGO	54	0%	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
NAPO	47	0%	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
ORIELA	47	0%	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
PASTA	44	0%	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
PICHINCHA	3.794	17%	265	305	319	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
SANTA ELENA	440	0%	53	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	100	0%	100	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
SUCUMBOS	13	0%	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TUNGURAHUA	108	0%	47	100	75	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
ZARORA CHINCHIPE	53	0%	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
TOTAL	21.739	100%	1.739	1.479	1.727	1.965	1.965	1.965	1.965	1.965	1.965	1.965	1.965	1.965	1.965

Fuente: Agencia Nacional de Tránsito ANT (2022).

Esta tesis es una máxima para la Organización Mundial de la Salud (OMS), organismo que ha concluido que las muertes por accidentes de tránsito se pueden considerar como una pandemia que azota al mundo cada año, evidenciando que ambos provocan un gran impacto en la población vulnerable, que **en el caso de los accidentes de tránsito los afectados son los niños, peatones, ciclistas y motociclistas.**

Ante ello, la OMS y OPS (Organización Panamericana de la Salud) han implementado el Plan Mundial del Decenio, para reducir en un 50% hasta el 2030, las muertes y traumatismos graves por accidentes de tránsito, que provocan 1,3 millones de defunciones y 50 millones de traumatismos al año, siendo la principal causa de muerte de niños y jóvenes en el mundo. Aupados

por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), establecen para los países miembros, incluido Ecuador, deben enfocar un sistema apropiado para la seguridad vial, en el que se compromete en intervenir cada gobierno, la sociedad civil, el sector privado, entidades de financiamiento y organismo de las naciones unidas, que permitan cumplir metas de educar a la población desde temprana edad, para hacer de ellos usuarios viales responsables.

Entonces conocer y reconocer las normas y leyes que ofrecen seguridad vial es indispensable para la ciudadanía, pero respetarlas y cumplirlas es prioridad para todos, por ello se debe fortalecer la educación vial, recomienda el Coronel Nelson Rivera, jefe de la Unidad de Educación y Seguridad Vial de la Comisión de Tránsito del Ecuador, quien establece que es un componente aliado que permite que la ciudadanía aprenda o recuerde el respeto a las señales de tránsito, manejar sin distracciones, usando el cinturón de seguridad o casco, saliendo con tiempo a sus actividades, sin que la prisa y la velocidad sea quien nos maneje.

La CTE tiene jurisdicción en las provincias de Guayas (excepto Guayaquil y Durán), Santa Elena, Los Ríos, Azuay, Manabí, El Oro y Santo Domingo, además de cantones como Las Naves y Caluma, en la provincia de Bolívar, pero hasta el año 2011 fue el ente rector del tránsito en Guayaquil, de hecho nació como una entidad exclusiva de la provincia de Guayas, asentada en Guayaquil, ante lo cual el conocimiento de sus autoridades se vuelve un referente en la tesis a tratar.

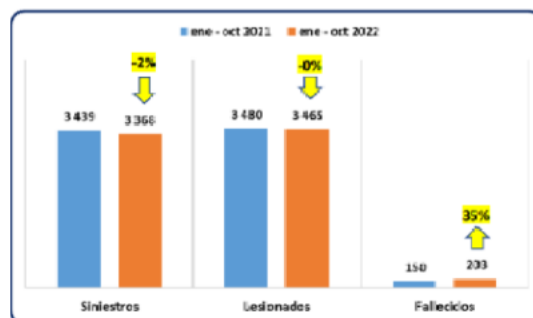
Para Rivera es prioridad que la educación vial regrese como una materia dentro de la malla académica a los jardines, escuelas, colegios y universidades, empresas públicas y privadas, gremios y pero también continuar con las acciones de concienciación en cada espacio de tránsito de

personas y vehículos, en los cuales aplica capacitaciones, activaciones, conferencias, foros y hasta dramatizados con disfraces y actividades lúdicas.

Y pese a que no se ha logra que la educación vial vuelva a ser una materia permanente en la malla curricular, sigue siendo parte de la educación escolar a través de un eje transversal que incluyó el Ministerio de Educación con la CTE para el cumplimiento del Programa de Participación Estudiantil, donde los jóvenes se preparan para ser Brigadistas de Seguridad Vial, llegando a aportar con su contingente en la seguridad del entorno escolar.

No obstante, adentrándonos a Guayaquil, de acuerdo a cifras proporcionadas por la Agencia de Tránsito y Movilidad Municipal de Guayaquil (ATM), con corte a octubre de 2021 y 2022 (Gráfico 2) se evidencia que este cantón representa el mayor número de siniestralidad dentro de la provincia de Guayas, reafirmando la necesidad de aplicar una campaña de seguridad vial que conciencie a los guayaquileños.

Gráfico 2. Estadística de enero a octubre de siniestros, lesionados y fallecidos.



Fuente: Agencia de Tránsito y Movilidad de Guayaquil ATM (2022).

De acuerdo al estudio realizado por Astudillo-Cochea (2019), en la ATM se registran siete tipos de siniestros más recurrentes, que son: Atropello, Choque lateral perpendicular, Estrellamiento, Choque lateral angular, Pérdida de carril, Choque por alcance y Roce negativo; el mismo que detalla seis causas principales de siniestros en Guayaquil, que son: Conducir el vehículo

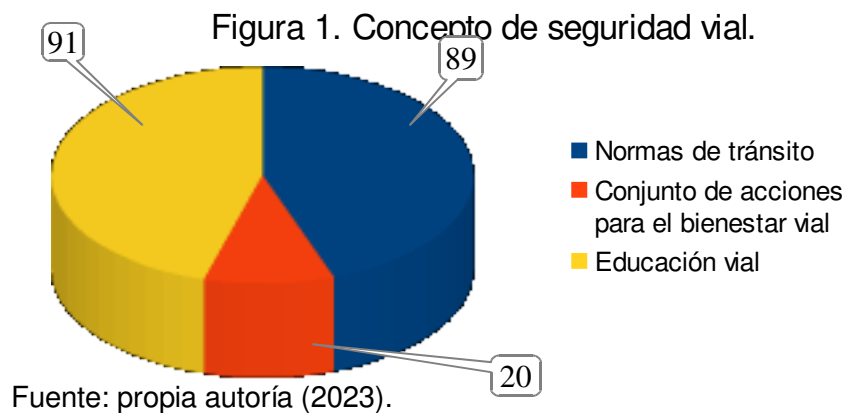
superando los límites máximos de velocidad, la de mayor incidencia al alcanzando el 47%, seguido del irrespeto a las señales de tránsito, cambios bruscos de carril, no mantener la distancia prudencial entre vehículos o conducir bajo el efecto del alcohol o drogas, que si bien no dejan de ser de suma importancia tienden a ser menos trágicas y con una tasa de mortalidad menor.

Por otra parte, la ATM a través del Municipio de Guayaquil ejecuta este año dos campañas de la mano de la organización internacional Bloomberg Philanthropies, una estuvo dirigida a los peatones y conductores para que estén atentos en sus acciones, mientras que una campaña animada hace el llamado de atención a los conductores a manejar atentos al trayecto, porque al manejar podemos ocasionar siniestros leves o graves, estas se difunden en medios de comunicación nacionales y locales. En el 2021 se ejecutaron campañas de difusión e imagen institucional de radio, televisión y medios digitales con una inversión de \$ 832.626,09 de acuerdo a lo establecido en la Rendición de cuentas del 2021, trabajo fortalecido por su Unidad de Educación y Seguridad Vial.

De acuerdo a la publicación efectuada por el Diario Digital Primicias, desde septiembre de 2021 la ATM inició 629.514 juicios coactivos a 244.344 conductores. De ellos, hasta agosto de 2022, 170.758 de las deudas fueron pagadas y 11.223 refinanciadas; pero estos números suponen una mayor cantidad de multas emitidas por la autoridad de tránsito municipal hasta la fecha, lo que deja entrever que las multas *per se* no van a impedir que los infractores sigan cometiendo contravenciones de tránsito, porque no existe una autorreflexión, sino una secuencia de transgresiones, tal vez porque hay beneficios por pronto pago, impugnaciones, cambios de sanción por impartir

clases de educación vial u otros que hacen que las penas pecuniarias, inhabilitantes o privativas de libertad.

Para complementar este análisis de información y confirmar o no la tesis, se ha encuestado a 200 habitantes de Guayaquil, como muestra aleatoria a conveniencia para evidenciar sus teorías sobre lo que es la seguridad vial y sus recomendaciones para la difusión, acercamiento y afianzamiento en los mensajes de prevención a la ciudadanía. La data demuestra que solo el 10% de los entrevistados sabe con certeza que es seguridad vial.



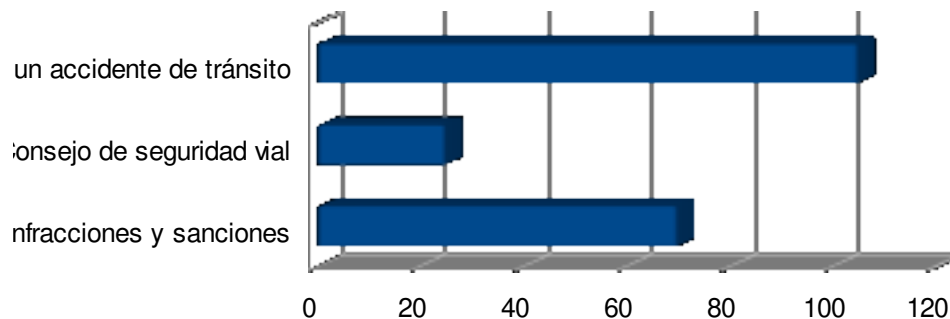
Mientras que el 81% está consciente que esta ciudad tiene una alta tasa de siniestralidad, fallecidos y heridos, el 10% consideran que es media y el 9% que es baja.

Acerca de las capacitaciones sobre seguridad vial, el 76% reconoce no haber recibido ningún tipo de capacitación sobre seguridad vial, mientras que el 24% tienen nociones básicas en la materia.

Un 75% de los encuestados quieren conocer sobre las infracciones y sanciones que se aplican en la actualidad; el 52,5% quiere saber cómo

reaccionar frente a los accidentes de tránsito; y el un 20% quiere conocer consejos de seguridad vial.

Figura 2. Contenido de los mensajes



Fuente: Autoría propia (2023).

La ciudadanía sugiere que el contenido extra o valor agregado en los contenidos a difundirse sean videos en un 53%, testimoniales en un 30%, gráficos un 12% y fotos un 5%.

Lastimosamente, el 71% cree que las multas no son forma de concienciar o enseñar a la ciudadanía, el 29% asegura que sí lo son.

Finalmente, los participantes proponen, en paridad, el uso de campañas en red social y en centros de educación en un 30% cada uno; en medios de comunicación tradicionales en un 25% y campañas directas a la ciudadanía en un 15%.

4. Conclusiones

Recorrer toda la información recabada nos permite saber que la Agencia de Tránsito y Movilidad de Guayaquil (ATM) debe gestionar una comunicación más efectiva de sus mensajes para la difusión de seguridad vial que permita disminuir las muertes por accidentes de tránsito en la urbe que va

en crecimiento poblacional, del parque automotor, incluso habitacional, pero con las mismas vías que ya resultan estrechas para soportar el flujo vehicular particular, público y pesado, frente a una población carente de cultura vial.

Conocer los altos índices de accidentabilidad que tiene la ciudad, siendo los más elevados en relación al resto de cantones, conlleva a establecer que continuará aumentando si no se concretan acciones para educar a la sobre las leyes y normas, sanciones y obligaciones que deben cumplir, teniendo en cuenta las recomendaciones de los organismos multilaterales que comparan a estas muertes con las ocurridas por la pandemia por Covid 19, a diferencia que esta puede prevenirse con el cumplimiento de las normas preestablecidas para esta finalidad.

Esta investigación cuenta con datos internacionales, nacionales y locales, entrevista a expertos en el ámbito vial, cifras alarmantes que llevan a notar una falta de conocimiento lo que sucede al incumplir las normas básicas como el uso del cinturón de seguridad o casco, una carente difusión de mensajes de seguridad vial para peatones y conductores, y falta de la psicología del conductor que le permita ser más obedientes de normas y leyes que solo buscan el bienestar de la población.

Las sugerencias de la población encuestada da ideas de una educación vial llevada más a lo vivencial, desde las voces de quienes lo sufrieron directa o indirectamente, familiares, testigos, con videos que conlleven a la reacción colectiva, que hasta ahora ha demostrado que las multas o sanciones no son parte de la toma de conciencia para salvaguardar sus vidas, la de los pasajeros o peatones, sino hay una muestra de irreverencia a las reglamentaciones establecidas, aunque eso signifique la pérdida de sus vidas o de sus seres queridos.

La información recabada nos acerca a la realidad de tener que comunicar cada vez más, con otras estrategias, apegadas al tiempo que vivimos para conseguir la difusión y la concienciación de la ciudadanía, desde niños, jóvenes y adultos, para prevenir los accidentes de tránsito que conllevan muertes y heridos graves en la Guayaquil, que presenta datos alarmantes.

Algunos pretenden que el nicho está en los niños y adolescentes de 3 a 16 años, como lo publica la revista digital Aularia basado en la experiencia del Parque Móvil de Educación Vial Escolar (PIMEV) en Almería – España, donde se busca fomentar la educación vial, en lo teórico y práctico, desde la infancia y el entorno escolar, haciendo de ellos personas respetuosas de las normas, cuidadosas del riesgo propio y ajeno.

El análisis a la seguridad vial desde la publicidad generada desde la función pública en Argentina y España de Tomba; Allisiardi; Muñoz; Cortellezzi direcciona la mirada a la creatividad constante, sin el uso de mensajes sujetos a cifras que endilguen responsabilidades al usuario que lo volverá más atractivo y aceptable al mensaje de prevención, a diferencia del contraste de cifras de siniestralidad que determinan como una práctica anticuada que es alarmante, generadora de culpa, realizada solo para salir del paso.

Se espera entonces más inversión por parte de la ATM para la difusión de los mensajes adecuados, claros, precisos que lleven a la reflexión de la responsabilidad que se tiene al conducir un vehículo automotor, motocicleta, bicicleta, patineta o incluso ser el transeúnte que tiene la obligación de caminar por la acera y hacer su cruce vial en pasos exclusivos que no expongan su vida y tal vez mejoras en las sanciones a quienes infringen la ley al conducir en estado de embriaguez o drogado, siendo información valedera la recabada,

pese a las limitaciones, pero que revelan el pensamiento del guayaquileño que vive esta realidad el día a día.

5. Referencias

- De Guayaquil., C. S. C. S. la S. V. P. C. y. P. en la C. (n.d.). *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL*. Edu.Ec. Retrieved January 24, 2023, from <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53683/1/T-111735%20ASTUDILLO%20-%20COCHEA.pdf>
- Eras, G. (2022, April 4). Municipio de Guayaquil y Bloomberg lanzan iniciativa de seguridad vial. *Alcaldía Guayaquil – Alcaldía de Guayaquil*. <https://www.guayaquil.gob.ec/municipio-de-guayaquil-y-bloomberg-lanzan-iniciativa-de-seguridad-vial/>
- González, V. M. G., Santos, M. M. G., Arcos, W. E. O., & Delgado, J. B. G. (2018). Investigación Cualitativa en el Área de las Ciencias Sociales. In *Análisis del comportamiento de las líneas de crédito a través de la corporación financiera nacional y su aporte al desarrollo de las PYMES en Guayaquil 2011-2015* (Vol. 2, Issue 3, pp. 335–348). Saberes de Conocimiento. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.\(3\).septiembre.2018.335-348](https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.(3).septiembre.2018.335-348)
- Guayaquil, R. (2022, August 6). *Infracciones de tránsito: “No fui yo”, pero igual reciben la multa*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/denuncias-juicios-coactivos-citaciones-transito-conductores-guayaquil-manabi/>

Histórico estadísticas siniestros de tránsito – Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT. (n.d.). Gob.ec. Retrieved January 24, 2023, from <https://www.ant.gob.ec/historico-estadisticas-siniestros-de-transito/>

Pulpí. Almería. España. La educación vial como instrumento de prevención. (2019). *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 8(2), 45–48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6861053>

Seguridad vial: principales causas y consecuencias. (n.d.). Seguridad-vial.net. Retrieved January 24, 2023, from <https://www.seguridad-vial.net/blog/311-seguridad-vial-principales-causas-y-consecuencias>

Tomba, C., Allisiardi, A., Muñoz, M., & Cortellezzi, P. (2021). *Seguridad vial en Argentina y España: desafíos para la publicidad de bien público.* <http://repositorio.umaza.edu.ar/handle/00261/2618>

United Nations. (n.d.-a). *El papel del sistema de las Naciones Unidas en la mejora de la seguridad vial para salvar vidas y la promoción del desarrollo sostenible | Naciones Unidas.* Retrieved January 24, 2023, from <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-papel-del-sistema-de-las-naciones-unidas-en-la-mejora-de-la-seguridad-vial-para>

Vista de Recorrido histórico del Grupo Comunicar. Un análisis desde el área de Comunicación. (n.d.). Csic.es. Retrieved January 24, 2023, from <https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/1345/2146>

(N.d.-f). Org.Mx. Retrieved January 24, 2023, from https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038

(N.d.-g). Redalyc.org. Retrieved January 24, 2023, from
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

(N.d.-i). Wikipedia.org. Retrieved January 24, 2023, from
https://es.wikipedia.org/wiki/Seguridad_vial.

La información como herramienta preventiva para disminuir la propagación de pandemias

Information preventive tool to reduce the spread of pandemics

Autores:

Rivera-Torres Miguel Yeraldo
Maestría en comunicación. Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).
Santa Elena, Ecuador
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5937-7601>
Correo: miguel.riveratorres1612@upse.edu.ec

Plúa-Tigua Santos Francisco
Maestría en comunicación. Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).
Santa Elena, Ecuador
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0705-9358>
Correo: santos.pluatigua9243@upse.edu.ec

Castillo-Bonilla Yoselin Estefanía
Maestría en comunicación. Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).
Santa Elena, Ecuador
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5775-5840>
Correo: joselincastillo5977@upse.edu.ec

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo informar a la ciudadanía, a través de estrategias de comunicación preventiva, para disminuir la propagación de pandemias. Dentro de la indagación se analizan las variables: información, prevención, disminución, propagación. Prevalece el estudio en investigaciones realizadas por expertos en epidemiología cubanos y ecuatorianos quienes dan respuestas razonables sobre el tema. El problema radica en la escasa información de las autoridades sanitarias del cantón Playas para llegar con un mensaje efectivo. El propósito es que se difunda la información inmediata sobre ciertos virus mortíferos que se germinan. El contenido se enfoca en la prevención, donde los ciudadanos deben estar informados.

Palabras clave: Información, herramienta preventiva, propagación, pandemia.

ABSTRACT

The objective of this research is to inform the public, through preventive communication strategies, to reduce the spread of pandemics. Within the inquiry, the variables are analyzed: information, prevention, reduction, propagation. The study prevails in investigations carried out by Cuban and Ecuadorian experts in epidemiology who give reasonable answers on the subject. The problem lies in the lack of information from the health authorities of the Playas canton to arrive with an effective message. The purpose is to disseminate immediate information about certain deadly viruses that are germinating. The content focuses on prevention, where citizens must be informed.

Keywords: Information, preventive tool, propagation, pandemic.

1. Introducción

El proyecto de investigación está dirigido a la sociedad en sí, pero en especial a las autoridades sanitarias que son fundamentales para tratar de disminuir la propagación de algún virus y salvar vidas, por ello se consideró el tema: La información herramienta preventiva para disminuir la propagación de pandemias. Las autoridades sanitarias del Ministerio de Salud Pública (MSP), son responsables de informar oportunamente de la aparición de un nuevo virus y evitar que se convierta en pandemia, como sucedió con el Covid 19, donde las autoridades de China no le dieron mucha importancia al médico Li Wenliang, quien, en diciembre de 2019, procuró alertar a sus colegas sobre un coronavirus mortal. El propósito es dar a conocer que se difunda la información inmediata sobre cierto virus mortífero que esté germinando. La prevención según la Organización Mundial de la Salud, define como: “Las medidas destinadas no solamente a prevenir la aparición de la enfermedad, tales como la reducción de factores de riesgo, sino también a detener su avance y atenuar sus consecuencias una vez que está establecido” (OMS, 1996).

2. Metodología (Materiales y métodos)

La búsqueda bibliográfica se considera dentro del tipo de investigación, para la revisión se ha considerado la indagación previa en Google académico y mediante referencias, además del estudio descriptivo y la exploración de campo con encuestas en el cantón Playas. El trabajo se centra en las autoridades sanitarias del MSP del Hospital Básico de Playas, con entrevistas a médicos expertos en epidemiología. El método que se va a utilizar es el inductivo porque busca de lo particular para llegar al conocimiento general, como lo manifiesta Roberto Hernández Sampieri en el libro Metodología de la Investigación. “El método inductivo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización y la contrastación (Hernández, 1995). El cantón Playas según el censo del INEC 2010-2020, tiene una población de 49.311 habitantes. En la investigación se escogió el muestreo por ser una muestra pequeña y por conveniencia de los investigadores se procedió a realizar la encuesta a 30 personas, las mismas que sirvieron para obtener los datos y una tendencia de lo que piensan los ciudadanos. Según Grajales (2000) define a la muestra como “tomar una porción de una población como subconjunto representativo de dicha población resultando peligroso el uso de muestras grandes”

3. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

De acuerdo a las preguntas previamente formuladas en el cuestionario de encuestas, se logró los siguientes resultados:

1.- ¿Le gustaría que en Playas exista un lugar donde enterarse que en el cantón se está germinando una enfermedad contagiosa?

De acuerdo a la tabulación de las encuestas se obtuvo que el 100% de los encuestados consideran que si es necesario que exista un lugar donde enterarse que en el cantón se está germinando una enfermedad contagiosa.

2.-¿Considera importante que el Hospital de Playas otorgue información sobre nuevos virus de enfermedades infecciosas?

Mediante el análisis se puede observar que el 100% de los encuestados consideran que si es necesario que el Hospital de Playas otorgue información sobre nuevos virus de enfermedades infecciosas.

3 ¿Está de acuerdo que las autoridades sanitarias se preocupen por la comunidad para disminuir el riesgo de contraer alguna amenaza viral como la pandemia del covid 19?

De acuerdo al análisis, las encuestas indicaron que el 100% de las personas consideran que si es necesario que las autoridades sanitarias se preocupen por la comunidad para disminuir el riesgo de contraer alguna amenaza viral como la pandemia del covid 19.

4.- ¿Considera usted que la prevención es importante para evitar la propagación de epidemias?

De acuerdo al análisis, las encuestas indicaron que el 100% de las personas consideran mucho que la prevención es importante para evitar la propagación de epidemias.

5.- ¿Cree usted que la información como herramienta preventiva podría disminuir pandemias?

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede observar que el 100% de los encuestados consideran muy importante la información como herramienta preventiva para disminuir pandemias.

Continuando con los resultados también se logró entrevistar a unos médicos expertos en epidemiología.

Entrevista expertos epidemiólogos

Entrevista realizada el 26 de octubre del 2022, a las 16h:26. Dr. Rafael Cotrina Escandón de nacionalidad ecuatoriana; médico epidemiólogo; Master en VIH; ex director del Departamento de Vigilancia Epidemiológica del Hospital Básico de Playas (MSP).

P.- Dr. ¿Considera usted que la prevención es importante para evitar la propagación de epidemias?

R.- Indudablemente que sí, toda enfermedad sobre todo las nuevas que están surgiendo alrededor del mundo son enfermedades nuevas que ingresan al país a través de las fronteras sobre todo ahora que existe la globalización donde la frontera se han reducido por los viajes intercontinentales, entonces una enfermedad que se produce en cualquier país del mundo en pocas horas un paciente infectado puede ingresar a nuestro país e infectar a la gente. La prevención es importante en cualquier enfermedad, en este caso la epidemia que estamos en una fase endémica del covid todavía debe prevenirse, es decir

no como quiere el presidente ya terminar la epidemia. La prevención debe persistir es decir lo que se debe hacer en los casos de covid y ahora trasladando a la viruela del mono igualmente debe haber prevención.

Entrevista realizada el 28 de octubre del 2022, a las 15h:38. Dra. Madeleine García Casas de nacionalidad cubana; máster en Salud Pública Internacional; máster en Salud Ocupacional; responsable del Departamento de Vigilancia Epidemiológica del Hospital Básico de Playas (MSP); tutora de la formación On line de Epidemiología de Campo; especialista en medicina familiar y comunitaria.

P.- Dra. ¿Está de acuerdo que las autoridades sanitarias se preocupen por la comunidad para disminuir el riesgo de contraer alguna amenaza viral como la pandemia del Covid 19?

R.- Sí, estoy totalmente de acuerdo porque toda vigilancia tanto sanitaria como comunitaria, donde se realiza es donde la persona vive, es donde las personas se desarrollan por tanto estar vigilante o vigilar todas las enfermedades tanto crónicas como transmisibles en nuestra comunidad es factor importantísimo para mantener la salud de la misma.

P.- Dra. ¿Considera usted que la prevención es importante para evitar la propagación de epidemias?

R.- Por supuesto; prevenir es la única y mejor manera de evitar enfermedades y tanto con acciones de promoción como con acciones de prevención es cómo podemos disminuir los índices de afectación en nuestra comunidad.

P.- Dra. ¿Cree usted que la información como herramienta de prevención puede disminuir las pandemias?

R.- Totalmente de acuerdo, toda información siempre que esté bien dada y con la mejor manera de que la entiendan nuestra población es una forma de disminuir todo tipo de pandemias.

4. Conclusiones

Después del análisis efectuado se determinó que la mayoría de los encuestados creen que la comunicación es eficiente para estar informados sobre alguna epidemia que se estaría desarrollando en la comunidad. Además, de la indagación, las fundamentaciones teóricas y las referencias fueron el pilar fundamental como punto de apoyo para realizar el proyecto investigativo. Es posible que la pandemia del Covid 19 vaya dispersándose, pero el virus continúa transitando entre la colectividad. Los seres humanos tenemos que aprender de lo acontecido y escoger medidas preventivas apropiadas ante posibles nuevas enfermedades contagiosas, aunque no se pueden evitar, pero si se podría disminuir su impacto.

5. Referencias

- Amaya-Castellanos, C. (2020). Comportamientos individual y social: Estrategias para mantener acciones preventivas en tiempos de epidemia. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 52(3), 337-340.
- Graells, Marques (2000) Concepto de las TICS - Tecnología e Innovación
[https://www.google.com/search?q=Para+Graells+\(2000\)%2C+las+TIC
s+son+un+conjunto+de+avances+tecnol%C3%B3gico](https://www.google.com/search?q=Para+Graells+(2000)%2C+las+TIC+s+son+un+conjunto+de+avances+tecnol%C3%B3gico)
- Grajales, Tevni (2000) Población y selección de la muestra. Recuperado en, 18(06), 2014.
- Hernández, R.C. Fernández y P. Batista, (1995) Metodología de la Investigación, México: McGraw-Hill

Medidas Preventivas (OMS 1996)6 Organización Mundial de la Salud.

Peiró, R. (2020) Tipos de Comunicación.Economipedia.com.
<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-comunicacion.html>

Zamarreño, G.A (2020) Fundamentos de comunicación y publicidad. España:
ELEARNIG

Comunidad Pulucate: Comunicación Intercultural y Adaptación de vida

Pulucate Community: Intercultural Communication and Life Adaptation

Autor:

Jiménez-Correa Tanya Johanna
Programa de Maestría en Comunicación de la
Universidad Estatal Península de Santa Elena, UPSE. Santa Elena, Ecuador.
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4159-1498>
Correo: tanya.jimenezcorrea3620@upse.edu.ec

Resumen

La migración ha existido desde siempre en el mundo, por diferentes motivos la gente abandona sus lugares de nacimiento, por educación, violencia o trabajo, como es el caso de la comunidad Pulucate perteneciente a la Parroquia Columbe, cantón Colta, Provincia de Chimborazo que se radicaron hace más de 50 años en el litoral ecuatoriano específicamente en la cabecera cantonal de Samborombón, Provincia del Guayas, Ecuador. Esta investigación se basó en analizar el cambio de vida, la adaptabilidad; la comunicación intercultural; la educación en su idioma nativo como es el quichua; la preservación de prácticas culturales; como resultado de la migración. Para determinar el alcance e impacto de esta investigación se aplicó el tipo de muestra probabilístico a cinco lideresas y líderes de esta comunidad, el estudio y procesamiento se efectuó con todos los datos conseguidos de las diez entrevistas aplicadas a las personas mencionadas. De las respuestas obtenidas se pudo determinar que la migración se origina por falta de responsabilidad de autoridades gubernamentales, esto crea ausencia de oportunidades como estudiar, alimentarse, trabajar, tener los servicios básicos elementales que lo han encontrado en el lugar donde actualmente radican.

Palabras Clave: Interculturalidad; adaptabilidad; tradiciones culturales; migración; idioma quichua.

Abstract

Migration has always existed in the world, for different reasons people leave their places of birth, for education, violence or work, as is the case of the Pulucate community belonging to the Columbe Parish, Colta Canton, Province of Chimborazo that settled more than 50 years ago in the Ecuadorian coast, specifically in the cantonal head of Samborondón, Province of Guayas, Ecuador. This research was based on analyzing the change of life, adaptability; intercultural communication; education in their native language such as Quichua; preservation of cultural practices; as a result of migration. To determine the scope and impact of this research, a probabilistic sample was applied to five leaders of this community, the study and processing was carried out with all the data obtained from the ten interviews applied to the aforementioned people. From the answers obtained it was possible to determine that migration originates from the lack of responsibility of government authorities, this creates the absence of opportunities such as studying, feeding, working, having basic elementary services that have been found in the place where they currently live.

Keywords: Interculturality; adaptability; cultural traditions; migration; quichua language.

1.- Introducción

Es indiscutible que las mayores causas para la migración de ecuatorianos en el tiempo, son los factores socioeconómicos, no solamente hablamos del desplazamiento de personas a otros países sino dentro del mismo país, es un tema que data desde el siglo IX, (Villamarin Barragan, 2022), es así que desde hace más de 50 años, cerca de 110 personas de la comunidad Pulucate perteneciente a la parroquia Columbe, cantón Colta, Provincia de Chimborazo decidieron emigrar al litoral ecuatoriano radicándose específicamente en la cabecera cantonal de Samborondón, provincia del Guayas, Ecuador.

Al respecto existe una investigación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Flacso-Sede Ecuador, Tesis Doctoral, reflexiones sobre la crisis del Movimiento Indígena Ecuatoriano desde las bases comunitarias, cuyo autor es (Tuaza, 2019) misma manifiesta lo siguiente: “Durante más de un año recorrí por cada una de las comunidades Pulucate, intentando organizar el trabajo pastoral de la Diócesis de Riobamba, los esfuerzos realizados fueron vanos, la gente está cansada, no quieren saber nada de la organización sino emigrar buscando otra forma de vida”.

Otra de las razones de la migración en la falta de acceso a la educación en las zonas rurales, cada año se reportan cierres de centros escolares o están muy lejos y no se pueden trasladar fácilmente, tal como lo menciona (Espinoza Freire, 2022), en Ecuador el cierre de las escuelas se direcciona básicamente a la unificación de varias instituciones escolares con el propósito de racionalizar recursos y brindar una educación de calidad.

1.1 Comunicación Intercultural

Menciona (Díaz & Curiel, 2022) que el intercambio comunicativo intercultural es un proceso eficiente que se retroalimenta continuamente, en el que coexisten elementos culturales, independientes y distintos, que cada persona puede aportar. La presente Investigación está enfocada en exponer la importancia de la comunicación entre diferentes culturas, el cambio de vida y la adaptabilidad, la conservación de sus costumbres como resultado de la migración.

1.2 Adaptación de vida

Plantea (Cherkashina, 2019) que la adaptación de vida desde los aspectos sociocultural y económico de los migrantes, es muy importante y

relativa, ya que no solo incumbe a ellos, sino a las personas que ya viven en un territorio y deben aprender a aceptar esa realidad. Que el mundo contemporáneo es testigo del auge migratorio jamás visto en cuanto a su dimensión y que está directamente relacionado con las transformaciones como la globalización y el dominio de tecnologías de información por encima de las industriales.

2.- Metodología

Según la metodología del teórico (Hernández-Sampieri, 2017) el presente trabajo se enfocó en la metodología Mixta, la cual pretendió contribuir con información útil para el desarrollo de nuevas indagaciones.

Mencionado por el mismo autor las entrevistas implican que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas. Se utilizó la entrevista semiestructurada, considerando que tiene un esquema abierto que permite la flexibilidad de los entrevistados para repreguntar y se puede extender el diálogo con el fin de obtener mayor información.

Con respecto a la población, se aplicó el tipo de muestra no probabilístico por conveniencia, para determinar el alcance e impacto de la misma se tomó como referencia los testimonios de los dirigentes de esta comunidad, seleccionando a cinco lideresas y líderes.

3. Resultados

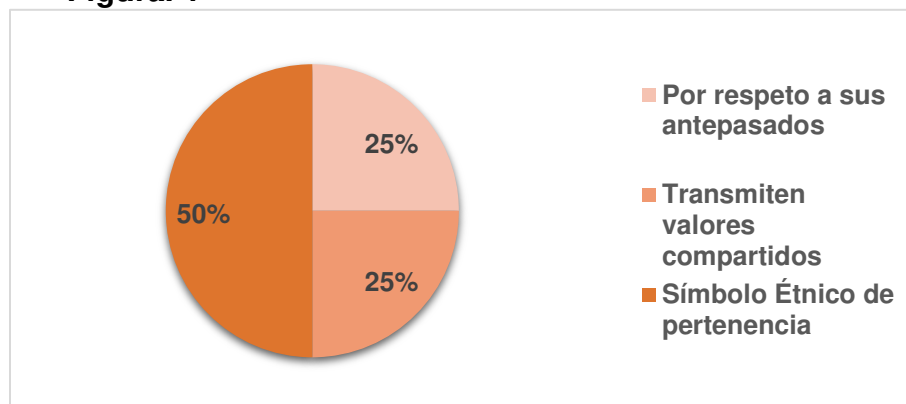
El estudio y procesamiento de esta Investigación se efectuó con todos los datos conseguidos en las diez entrevistas aplicadas. El 50% de los entrevistados, conservan sus tradiciones como símbolo étnico de pertenencia,

(Medina Robalino , 2019) menciona la importancia del estudio de la relación entre vestimenta e identidad es fundamentada a partir de las reflexiones de Roach y Eicher (1992), quienes destacan la influencia del vestido en el establecimiento de las identidades. Con respecto a la adaptación de vida en este lugar el 58% de los entrevistados relatan que se les hizo complicado porque no tenían trabajo. Siendo este un derecho de todo ciudadano tal y como está contemplado en la (Constitución del Ecuador, 2018) en la Sección Segunda del trabajo Art. 35.

3.1.1 ¿Por qué aún conservan sus tradiciones, a pesar de vivir en otra localidad?

En el hombre el vestuario se compone de camisa, pantalón, zapatos y en las mujeres la blusa con adornos de bordado, anaco, chumbi o cinturón, faja, alpargatas y sombrero.

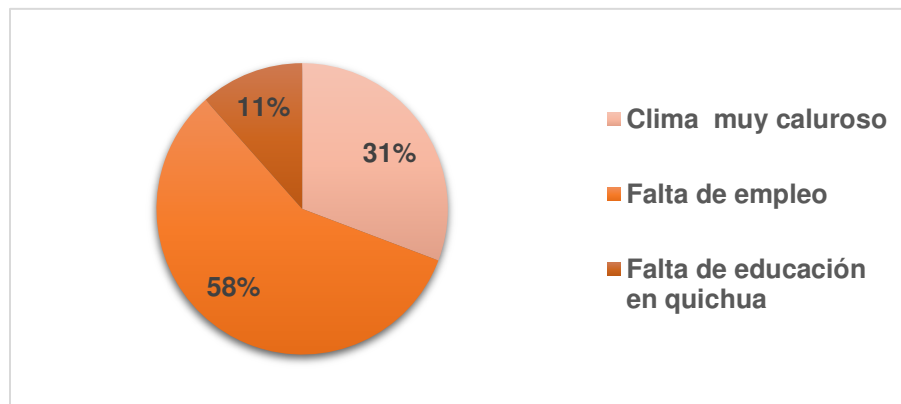
Figura. 1



Fuente: Jiménez (2023)

3.1.2 ¿Qué fue lo que más les costó en adaptarse a este lugar?

Figura: 2



Fuente: Jiménez (2023)

4. Conclusiones

La Producción de la comunidad Pulucate está basada en la agricultura y ganadería, mismas que no satisfacen las necesidades económicas, de ahí que deciden migrar en busca de mejores oportunidades, por lo que es importante el cumplimiento de la obra gubernamental o local, desarrollar nuevas empresas no agrícolas, mejorar el acceso al trabajo, brindar capacitación tecnificada para mejorar sus conocimientos, gestionar oportunidades de acceso a créditos agrícolas.

Crear y/o adecuar en las Comunidades, Centros Educativos modernos con el avance de las ciencias aplicadas, con maestros nativos con experticia en educación intercultural bilingüe.

La mayoría de los adultos conservan sus atuendos tradicionales y celebran las fiestas y costumbres como una forma de no perder su identidad, y difundir la cultura local, corresponde fortalecer esta tradición con eventos y actos acordes al calendario festivo, que empieza desde enero con la fiesta de

los Reyes Magos, fiesta de carnaval, domingo de ramos, pascua de resurrección, día de la madre, día del padre, fiesta de la Eucaristía, Virgen de las Mercedes, día de difuntos con la clásica y deliciosa colada morada y finalizan con la Navidad.

5.- REFERENCIAS

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008.

Cherkashina, Tatiana et al. La lengua al servicio de la adaptación sociocultural y económica de los migrantes en la época de las transformaciones globales. *Andamios* [online]. 2019, vol.16, n.39, pp.283-303. ISSN 2594-1917.

Díaz, K. y Curiel, L. (2022). La comunicación intercultural: un desafío para docentes universitarios de grupos multiculturales. *Revista Varela*, 22(61), 1-7.

Espinoza Freire, E. E., & León González, J. L. (2022). Cierre de escuelas rurales, ¿falta o logro de las políticas educativas de Ecuador? *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 524-535.

Hernández Sampieri Roberto Hernández y Christian Paulina Mendoza Torres. «Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas.» Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. De C. V, (2018).

- Medina Robalino (2019). Tesis Doctoral. Indumentaria e identidad: análisis de la vestimenta de la mujer indígena desde el diseño. Tungurahua Ecuador. Universidad de Palermo Facultad de Diseño y Comunicación
- Tuaza, L (2019) Tesis Doctoral. Reflexiones sobre la crisis del Movimiento Indígena Ecuatoriano desde las bases comunitarias. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Flacso. Ecuador.
- Villamarin Barragán, F. D., Freile Cartagena, N. G., Vinueza Arroyo, G. F., & Limaico Mina, J.R., (2022). Inobservancia a los derechos humanos: Migración irregular de grupos vulnerables a Ecuador. Revista Universidad y Sociedad, 14(S4), 108-117.

Prensa Escrita en la Era Digital: Diario El Universo y Facebook Live

Written Press in the Digital Age: El Universo newspaper and Facebook Live

Autor(es):

Flores-Quinde Josue Jonathan

Universidad Estatal Península de Santa Elena. Santa Elena, Ecuador.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3846-5474>

Correo: josue.floresquinde3319@upse.edu.ec

Sornoza-Casanova Carlos Wilfred

Universidad Estatal Península de Santa Elena. Santa Elena, Ecuador.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6141-845>

Correo: carlos.sornozacasano1923@upse.edu.ec

Pizza-Zeas José Felix

Universidad Estatal Península de Santa Elena. Santa Elena, Ecuador.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6021-4356>

Correo: jose.pizzazeas7729@upse.edu.ec

Resumen

El uso de la herramienta audiovisual de streaming, por parte de los medios de comunicación escritos, se ha dado como resultado de la transición que actualmente se vive por el avance progresivo de la tecnología, para analizar este fenómeno, el presente estudio se enfoca específicamente en el caso de diario El Universo, y de cómo este medio se ha adaptado a esta nueva tecnología audiovisual, las cuales ofrecen una mayor difusión e interacción con los espectadores. Para llevar a cabo el análisis se ha recurrido a una metodología de enfoque mixto, mediante una encuesta dirigidas a estudiantes universitarios con una edad entre 18 y 25 años, con el fin de determinar el impacto que ha tenido esta nueva forma de transmitir noticias, por parte de un medio tradicional. Los resultados extraídos evidenciaron, que estas nuevas plataformas comunicativas atraían a personas que no consumen medios tradicionales, y propenden a informarse mediante herramientas digitales, por las características que éstas ofrecen; como la inmediatez a la hora de compartir una noticia o la adaptabilidad de la web. Tras la respectiva interpretación de los resultados se da a notar que estos nuevos formatos tienen una positiva acogida y cada vez ganan más posicionamiento.

Palabras Claves: Audiovisual, streaming, prensa escrita, Facebook Live.

ABSTRACT

The use of the audiovisual streaming tool, by the written media, has occurred as a result of the transition that is currently experienced by the progressive advancement of technology, to analyze this phenomenon, this study focuses specifically on the case of the newspaper El Universo, and how this medium has adapted to this new audiovisual technology, which offer greater dissemination and interaction with viewers. In order to carry out the analysis, a mixed approach methodology was used, through a survey directed to university students between 18 and 25 years old, in order to determine the impact of this new way of transmitting news, by a traditional media. The results showed that these new communication platforms attracted people who do not consume traditional media, and tend to be informed through digital tools, because of the features they offer, such as immediacy when sharing news or the adaptability of the web. After the respective interpretation of the results, it is noted that these new formats have a positive reception and are gaining more and more positioning.

Keywords: Audiovisual, streaming, newspapers, Facebook Live.

1. Introducción

Desde la aparición de las primeras formas de comunicación y junto con la necesidad imperativa de compartir la información, los seres humanos se han visto en la necesidad de desarrollar nuevas herramientas para mejorar los procesos comunicativos. La creación de la imprenta origino una revolución que beneficio enormemente el campo literario, que en ese entonces se encontraba limitado a las reproducciones que los escribanos podían realizar, dicho invento permitió crear copias de textos en corto tiempo y distribuirlo de forma masiva, lo que dio paso a una eficiente forma de distribuir la información.

Los diferentes medios de comunicación han emergido de la mano de la tecnología de la época y con el paso del tiempo han tenido que adaptarse a los cambios, la prensa no ha estado exenta de esta transición, generada con la llegada del internet y la creación de las plataformas virtuales, o tecnologías como el streaming, ha provocado que los medios de comunicación migren a

este nuevo entorno digital, como es el caso base específico de Diario El Universo.

1.1.1 La prensa escrita en la era digital

En la actualidad, los medios escritos se han visto en la necesidad de adaptarse a la digitalización, un ejemplo claro que se dio en el Ecuador, es el extinto Diario Hoy, que en 1994 se convirtió en el primer medio no solo de Ecuador sino de Latinoamérica en informar desde la web, por lo que fue cuestión de tiempo que otros medios tomaran este camino, ya sea impulsadas por las nuevas facilidades que el entorno digital brinda, o por la inclinación de la audiencia a estos nuevos medios, como lo fue años después Diario El Universo y otros medios de comunicación.

En este contexto, (Macías & Botero, 2018) analizan la desaparición de medios escritos y lo definen por; “el escaso consumo de prensa está ligado fundamentalmente a dos factores: el bajo o nulo arraigo familiar en el hábito de la lectura y la falta de sintonía entre los valores dominantes de la juventud y aquellos que constituyen la agenda de los diarios”.

Asimismo, en contraste con los otros medios tradicionales, el medio escrito tomo una ventaja con la llegada del internet y sus nuevas herramientas que tienen el aliciente de monetizar la información que la gente quiere consumir, (Benaissa, 2019) afirma que; La integración de los medios escritos de pago en el nuevo entorno digital está resultando ser una buena estrategia empresarial y una forma alternativa de obtener ingresos, más allá de los patrocinios y las promociones periódicas.

1.1.2 Facebook Live

Sobre esta nueva tecnología, (Pulido & Sánchez, 2017) manifiestan que, la irrupción de Facebook Live en 2016 ha incrementado las posibilidades informativas. Los medios de comunicación aprovechan las oportunidades que ofrece la emisión en directo a través de la red social y crean nuevos espacios adaptados a ellas. El género de la entrevista encuentra también en este nuevo ámbito un incremento de posibilidades interactivas. Las nuevas oportunidades que ofrece Facebook dan a los seguidores la opción de realizar comentarios, compartir la publicación y detallar sus impresiones mientras siguen el encuentro en directo.

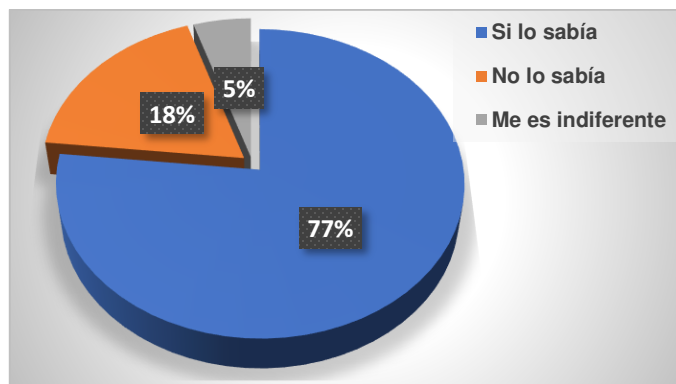
2. Metodología

Según el propósito se la define básica, según (Sánchez et al., 2018) este tipo de investigación esta orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos sin una finalidad práctica específica e inmediata. El enfoque empleado es cuantitativo, ya que basado en la recopilación de datos de las personas encuestas, se busca analizar a profundidad la transición de este medio tradicional a plataformas de streaming, el cambio que se ha producido por diversos factores relacionado al avance de la tecnología, (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018) manifiesta que este enfoque es apropiado cuando queremos estimar las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos y probar hipótesis.

El alcance empleado es de índole descriptivo, y se emplea un muestreo probabilístico aleatorio, se ha establecido como población los estudiantes de la FACSO, con una muestra de 60 estudiantes. El instrumento seleccionado es el cuestionario tipo encuesta en escala de Likert.

3. Resultados

3.1.1 Figura 1. ¿Sabía usted, que Diario El Universo realiza transmisiones en vivo mediante la plataforma de streaming Facebook Live?



Fuente: Autor, 2023

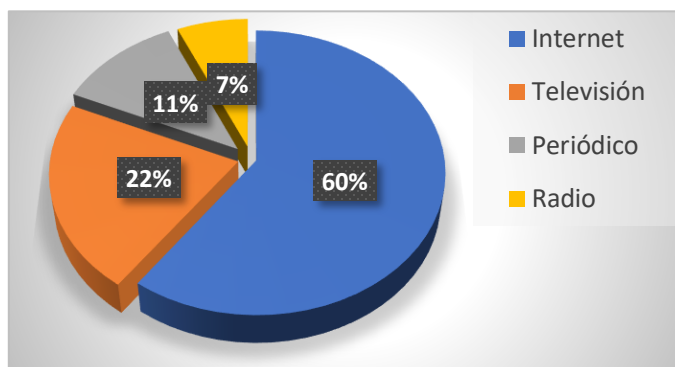
3.1.2 Tabla 1. Hombres y mujeres encuestados

	Personas encuestas	Género
Si lo sabía	45 personas	28 hombres, 27 mujeres
No lo sabía	11 personas	9 hombres, 2 mujeres
Me es indiferente	3 personas	3 hombres

Fuente: Autor, 2023

Según los resultados obtenido, el 80% de encuestados manifestaron conocer que Diario El Universo ha incursionado en la producción de contenido audiovisual usando la herramienta de streaming Facebook Live, en la actualidad este diario tiene cerca de tres millones de seguidores en su fanpage.

3.1.3 Figura 2. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza usted para mantenerse informado?



Fuente: Autor, 2023

3.1.4 Figura 2. Hombres y mujeres encuestados

	Personas encuestas	Género
Internet	36 personas	23 hombres, 13 mujeres
Televisión	13 personas	8 hombres, 5 mujeres
Periódico	7 personas	6 hombres, 1 mujer
Radio	4 personas	4 hombres

Fuente: Autor, 2023

Al ser consultados sobre el medio que prefieren a la hora de informarse, el 60% de las personas escogieron el internet para mantenerse informado, mientras que una cifra importante eligió a los medios tradicionales, en los que se encuentran, la televisión, la radio y la prensa escrita.

4. Conclusiones

Los jóvenes cuyas edades oscilan entre los 18 y 25 años, no toman en cuenta los medios escritos a la hora de informarse, ya que no son asiduos a la lectura y, por ende, no muestran ningún interés en consumir noticias de la

prensa escrita, sin embargo, esto no es significativo de que no se mantengan enterados del acontecer nacional, ya que utilizan el internet para esto.

Los medios de comunicación digitales han ganado posicionamiento en el país, desde las últimas dos décadas los medios tradicionales se han visto en la obligación de adaptarse a las nuevas plataformas web. En el caso de Diario El Universo se evidenció que desde la aparición de la herramienta de streaming de Facebook, ha establecido uno de sus principales medios de transmisión en esta, para producir contenido.

Facebook Live se ha convertido en una herramienta tecnológica indispensable para el periodismo, ya que permite llegar a un gran número de personas, dada la cantidad de usuarios que tienen una cuenta en esta red, y porque permite una interacción con el espectador, en donde se pueden expresar y dar su punto de vista, así como su aprobación o disgusto ante una noticia e incluso convertirse también en un medio para difundir este tipo de contenido.

5. Referencias

- Benaissa, S. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. *E/ Argonauta Español*. doi:<https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. Ciudad de México: McGraw Hill.
- Macías, S., & Botero, L. (2018). Periódicos locales frente a Internet y las corporaciones transversales de comunicación, información y entretenimiento. El caso de La Crónica del Quindío (Colombia).

Estudios sobre el Mensaje Periodístico.

doi:<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.63732>

Pulido, F., & Sánchez, M. (2017). FACEBOOK LIVE: UN NUEVO CANAL PARA LA ENTREVISTA. En J. Valero, M. Pacheco, G. Bohórquez, G. Alcolea, S. González, J. Sussi, . . . F. Moya, *Tendencias e innovación en la empresa periodística*. Sevilla: Egregius Ediciones.

Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *MANUAL DE TÉRMINOS EN INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA Y HUMANÍSTICA*. Lima: Universidad Ricardo Palma.

Los nuevos medios como herramienta de alfabetización mediática

The new mass media as a tool for media literacy

Caicedo-Mawyin Francisco Vicente

Maestría en Comunicación

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

Correo: francisco.caicedomaw6225@upse.edu.ec

Chimbo-Sellán Judith Esther

Maestría en Comunicación

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

Correo: judith.chimbosellan9683@upse.edu.ec

Matos-Moreno Cynthia Katherine

Maestría en Comunicación

Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Santa Elena, Ecuador

Correo: cynthia.matosmoreno5944@upse.edu.ec

Resumen

Los nuevos medios de comunicación tienen como principal característica la viralización inmediata de una noticia o información, la inmediatez que esto conlleva, sigue una carrera vertiginosa ante la convencionalidad de los medios tradicionales; lo contraproducente de esta celeridad es que no existen filtros de verificación para ser publicada y por lo tanto puede darse el caso de emitir información falsa o maliciosa que, una vez se haya viralizado, será muy difícil desmentirla o quitarla del medio. Este trabajo pretende analizar si los nuevos medios de comunicación son una herramienta efectiva para desarrollar un pensamiento crítico o un debate, con una metodología mixta e instrumentos como la encuesta, de tal manera que se pueda evaluar la información que se recibe a través de la alfabetización mediática y obtener una conclusión acertada que lleve al receptor/emisor a una postura o creencia imparcial, a fin de que su percepción de la realidad sea lo más objetiva posible.

Palabras Clave: Alfabetización; creencia; debate; información; medios de comunicación; pensamiento crítico.

Abstract

The new mass media have as their main characteristic the immediate viralization of news or information, the immediacy that this entails, follows a dizzying race before the conventionality of traditional mass media; the counterproductive of this speed is that there are no verification filters to be published and therefore it may be the case of fake news or malicious information that, once it has gone viral, will be very difficult to deny or remove from the media. This work aims to analyze whether the new mass media are an effective tool to develop critical thinking or debate, with a mixed methodology and instruments such as the survey, in such a way that the information received can be evaluated, to manage a correct conclusion that leads to the expectation to an impartial position or belief, so that their perception of reality is as objective as possible.

Keywords: Belief; critical thinking; debate; information; literacy; mass media.

1. Introducción

Los nuevos medios de comunicación, tienen como principal característica la viralización inmediata de una noticia o información; la inmediatez que esto conlleva sigue una carrera vertiginosa ante la convencionalidad de los medios tradicionales y lo contraproducente de esta celeridad, es que no existen filtros de verificación para ser publicada y por lo tanto puede darse el caso de emitir información falsa o maliciosa que, una vez se haya viralizado, es muy difícil desmentirla o quitarla del medio.

La Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, enfatiza una regulación exhaustiva hacia los medios tradicionales, pero ha dejado sin atender a las redes sociales, que, a pesar de los diferentes puntos de vista y de discusión, se están convirtiendo en medios de comunicación. Frente a la desinformación y a la información falsa la UNESCO enfatiza que se necesita de una combinación compleja entre, medios de comunicación, capacidades digitales e información crítica, lo que define como alfabetización mediática e

informativa. “La alfabetización mediática e informativa es un conjunto de competencias interrelacionadas que ayudan a las personas a maximizar las ventajas y minimizar el daño en los nuevos paisajes informativos, digitales y comunicacionales” (UNESCO, 2022)

Una persona alfabetizada digitalmente, sería aquella que: ...además de saber manejar herramientas digitales, domina los códigos y las formas expresivas de cada uno de los lenguajes vigentes, en el ámbito textual, audiovisual e icónico. En otras palabras, la alfabetización digital, implica no solo saber utilizar las herramientas y aparatos digitales, sino también ser competente para utilizarlos en la búsqueda de información, en el análisis y contraste de la misma, con el propósito de darle el uso correcto, de manera crítica, inteligente, y responsable, para generar conocimiento. (Pons & Ballesta, 2018)

1.1. La alfabetización mediática

En los años 70, 80 y 90 los estudios sobre las audiencias se enfocaban en el hecho de ser muy pasiva y probablemente manipulables, las teorías avanzaron y se plantearon otras perspectivas para definir a las audiencias, en la actualidad según los estudios realizados por diversos autores definen a las audiencias como receptores creadores de contenidos aportando de esta manera sentido a los contenidos que los medios de comunicación ofrecen a sus audiencias. Este pensamiento contradice la pasividad de la que siempre se ha dicho de las audiencias, dando paso al estudio de la relevancia del origen y el contexto social, de las mismas. (Pareja, 2022)

Las audiencias actuales, conformada en mayor parte por jóvenes y niños, que ya se cuentan como prosumidores (productores y consumidores) de contenidos audiovisuales, incluso la audiencia de personas en adultez joven y

madura, que también sigue este mismo ritmo a través de las diversas plataformas y redes sociales, adoptan comportamientos, acciones y aptitudes que son propias de los contenidos audiovisuales que consumen día a día, por medio del televisor o sus dispositivos móviles. Por ello la necesidad de la alfabetización mediática.

El alfabetismo mediático considera los derechos que tenemos los seres humanos a estar informados, la libertad de expresión, pero también significa libertad que tenemos los usuarios de los nuevos medios para analizar diferentes fuentes, la interacción con los medios y con los muchos proveedores de información que existen a través de estos nuevos medios. “La transparencia se ha vuelto un elemento competitivo para las empresas que están desarrollando propuestas para hacerle frente a estos cambios y el retorno al targeting contextual ha tomado fuerza” (Brealey, 2021).

1.2. Las redes sociales: Nuevos medios de comunicación

Según (Cabrera Méndez, Codina, & Salaverría Aliaga, 2019) en el mundo anglosajón, el concepto de new media engloba todo un conjunto de plataformas innovadoras de comunicación, caracterizadas por su vinculación a la red y a las tecnologías digitales, y no necesariamente vinculadas al ámbito. En el mundo hispanohablante, en cambio, la expresión nuevos medios parece adoptar un significado más restringido, pues se asocia habitualmente a los medios periodísticos nacidos en la red, especialmente a aquellos no derivados de marcas periodísticas tradicionales.

Uno de los elementos obligatorios para poder considerar como un nuevo medio de comunicación a las redes sociales es la comunicación de masas. Al respecto (Segerberg & Bennett, 2014) dice que es un cambio interesante de pensamiento sobre el papel de la comunicación, en las contiendas implica el

uso de medios digitales y sociales para complementar e incluso desplazar a los medios de comunicación de masas en cuanto al alcance a un público más amplio, a menudo involucrándolo en papeles mucho más activos que el de mero espectador de la era de los medios de masas. En definitiva, en este mundo globalizado, lo que no se innova tiende a desaparecer.

Esta interacción que tiene las nuevas audiencias, da apertura a nuevos estudios y define que la interacción no es lo mismo que interactividad; en el contexto de la comunicación, la interacción es la comunicación natural entre las personas, mientras que la interactividad es la conversación que se mantiene entre el emisor y el receptor, al cual se incluye un sistema informático, al mismo que pueden sumarse más interlocutores. Se define la interactividad como "una expresión extensiva que en una serie de intercambios comunicacionales implica que el último mensaje se relaciona con mensajes anteriores a su vez relativos a otros previos" (Rafaeli, 2019).

No tener una localización fija no supone un elemento negativo, en la comunicación actual, al contrario, ahora ya no es necesario que el diario llegue a la puerta de su casa como en antaño ocurría, ahora se puede ir al portal digital y sin salir de casa puede estar igual o más informado que quién aún tiene la ancestral costumbre de salir a buscar la noticia con un canillita "No necesitamos que coincidan los componentes en el espacio y en el tiempo para realizar el acto de comunicar" (Chaves, 2011). Ya no se necesita estar en el set de la radio para comunicar, ni tampoco, que se encuentren emisor y receptores en un mismo lugar para hacer un Space (espacio en twitter) por ejemplo; donde existen anfitriones, oradores y oyentes que, en base a un tema, expresan sus opiniones o reflexiones en torno a ello.

La inmediatez de la información que los nuevos medios proporcionan a las audiencias, tiene que ver un poco con la deslocalización, ya que al no estar

obligado a darse en un set, la noticia puede darse en cualquier momento y en cualquier situación, puede ser caminando por la calle utilizando un streaming, o a través de un Live de Facebook o un Periscope de Twitter, acceder a ello desde cualquier parte del mundo, en cualquier nacionalidad o idioma se podrá replicar inmediatamente dicha información. La inmediatez no debe obviar la corroboración de contenidos, porque en el espectro se encontrarán otras personas confirmando contenidos para que de esta manera cese la contaminación desinformativa, a este proceso se lo llama fact checking.

2.1. El derecho a la información

El objetivo principal de la pedagogía crítica, que es el modo de abordar la educación en medios, es el aprendizaje de cómo las instituciones y los públicos «construyen los significados» (Fecé, 2000: 136, como se citó en Alcolea-Díaz, G., Reig, R., & Mancinas-Chávez, R., 2020).

El acceso a la información puede definirse como el derecho a buscar, recibir y difundir información proveniente de los organismos públicos. Forma parte integrante del derecho fundamental a la libertad de expresión, reconocido en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948). el cual establece que el derecho fundamental a la libertad de expresión comprende la libertad de "buscar, recibir y difundir información e ideas por cualquier medio y sin consideración de fronteras" (UNESCO, 2022).

2.2. “Fake News” peligro inminente en la sociedad

Desde que existe la comunicación siempre han existido las noticias verdaderas y entre ellas también las falsas. Un nuevo término que existe para las noticias falsas es “Fake News”, que significa noticias falsas.

Las noticias falsas circulan de manera sencilla y rápida porque se disfrazan de

noticias verdaderas para contaminar contenidos que al público le interesa.

Estas noticias falsas son creadas con el único propósito de desinformar, para ello crean una información alternativa y paralela a la información real, de esta manera logran desestabilizar al generar confusión y engaño.

3. Metodología (Materiales y métodos)

Este estudio se aborda desde un enfoque mixto, ya que se busca mediante estas dos rutas de investigación, responder, como ha sido el proceso de alfabetización mediática de la población económicamente activa mediante los nuevos medios de comunicación. El alcance es de carácter explicativo, ya que mediante la recopilación de información se busca detallar las causas y características de este fenómeno de índole social y comunicacional.

La utilización de este método híbrido se debe a que se busca efectuar una inferencia, producto de los datos recopilados, por lo que para la recolección de información se ha recurrido a la técnica de la encuesta, el tipo de muestreo es probabilístico, aleatorio por conveniencia, así mismo se ha recurrido a la observación como técnica.

La responsabilidad del buen uso de las nuevas herramientas comunicativas, recae en cada ciudadano, ya que son ellos los responsables de llevar a cabo el empleo ético de estos nuevos medios, por lo que así mismo se ha recurrido como técnica para recabar información, a la entrevista personal, seleccionando ciudadanos que utilizan este tipo de herramientas comunicacionales.

4. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

Según la Tabla 1, en las respuestas obtenidas se confirma que todos los encuestados utilizan al menos una opción para informarse siendo el facebook

con un 56.7% el preferido, y la TV con un 51.7% en segundo lugar de preferencia para informarse. Algo alarmante en los resultados es la caída de la prensa escrita y la radio con un 21.7% de preferencia entre los encuestados.

Tabla. 1. *¿Cuáles son los medios que utiliza para informarse de los acontecimientos nacionales e internacionales?*

Escala	Frecuencia por opción	Porcentaje por opción
Prensa escrita	13	21.7%
Radio	13	21.7%
Tv	31	51.7%
Facebook	34	56.7%
Twitter	23	38.3%
Páginas webs	18	30%
Grupos de whatsapp	18	30%
Total	150	250,1%

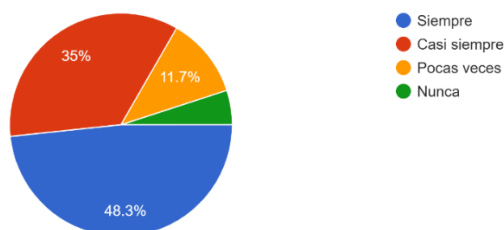
Fuente: Encuesta realizada por los autores a personas económicamente activas

Elaboración por: Autores Fecha: 2022

Los resultados de la Figura 1 nos revela que el 48.3% contrasta la información antes de creerla y poder transmitir algo real y aproximadamente un 17% contrasta muy poco o no lo hace.

Figura. 1. *Hay mucha información falsa distribuyéndose en las redes sociales ¿usted contrasta con otros medios la información que recibe antes de darle credibilidad y compartirla?*

Hay mucha información falsa distribuyéndose en las redes sociales ¿usted contrasta con otros medios la información que recibe antes de darle credibilidad y compartirla?
60 respuestas



Fuente: Encuesta realizada por los autores a personas económicamente
activas

Elaboración por: Autores ***Fecha:*** 2022

5. Conclusiones

Con este trabajo hemos concluido que la alfabetización mediática no es un término conocido como tal por los usuarios de los nuevos medios, pero existe la pobre percepción que siempre ha estado latente, verificar la información que recibimos.

Existe la equivocada idea de que, cuando compartimos información nos convertimos en periodistas digitales cuando el significado de esa profesión pasa incluso por un código de ética que debe ser el punto de referencia para poder compartir cualquier tipo de información a través de los medios digitales masivos.

Por lo tanto, está en las manos de cada ciudadano digital, la responsabilidad de hacer de la información una herramienta del conocimiento y, a través de la alfabetización mediática poder tener confianza en lo que recibimos como información, sus fuentes, contemplar el conocimiento al servicio de la humanización de las sociedades y que la evolución tecnológica sea un asunto de bien.

6. Referencias

Alcolea-Díaz, G., Reig, R., & Mancinas-Chávez, R. (2020). Currículo de Alfabetización Mediática e Informacional de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la Estructura de la Información. *Revista Comunicar*, 62, 103-114. ISSN: 1134-3478.
<https://doi.org/10.3916/C62-2020-09>. Recuperado de:

https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/19073/2020_Comunicar_ES%20%28002%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Brealey, E. (2021). Associate Client Director de Prodigious Latinoamérica. Tips para identificar Audiencias Digitales. *Revista Summa*.

Cabrera Méndez, M., Codina, L., & Salaverría Aliaga, R. (2019). Qué son y qué no son los nuevos medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1506-1520.

Chaves, A. P. (2011). Los nuevos medios de comunicación: Las redes sociales. *Dialnet. Universidad de la Rioja*.

Hernando, A., & Phillipi, A. (2013). El desarrollo de la competencia mediática en personas mayores: una brecha pendiente. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 11-18.

Pablos Pons, J., & Ballesta Pagán, J. (2018). La Educación Mediática en Nuestro Entorno: Realidades y Posibles Mejoras. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 32 (1), 117-132.

Pareja, N. S. (2022). Del Broadcasting al Streaming La redefinición del espectador pasivo a la audiencia interactiva a través de la mediación de la cultura popular en el consumo del melodrama. *Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 125 - 152.

Rafaeli, S. (2019). Interactividad: de los nuevos medios a la comunicación. *Editorial Sage*

Segeberg, A., & Bennett, W. (2014). De los medios de comunicación de masas a las redes sociales. *Revista TELOS*.

UNESCO. (2022). *LEGISLACIÓN SOBRE EL ACCESO A LA INFORMACIÓN*. Recuperado de :

<https://www.unesco.org/es/communication-information/right-information/access-information-laws>

Comunicación organizacional y su incidencia en la gestión interna del Colectivo de Trabajadores de la Comuna el Tambo

Organizational communication and its impact on the internal management of the Collective of Workers of the Tambo Commune

Pincay-Castillo Cinthia Isabel

Programa de Maestría en Comunicación de la

Universidad Estatal Península de Santa Elena, UPSE. Santa Elena, Ecuador.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2956-7847>

Correo: cinthia.pincaycastil8340@upse.edu.ec

Resumen

Toda organización, sea ésta pública o privada, debe contar con herramientas y/o estrategias comunicacionales, que le permita llegar de forma efectiva hacia los logros y metas establecidas para mejorar y fortalecer la identidad de su institución, por cuanto no todos quienes las lideran, son conscientes de la importancia que esto conlleva. El colectivo de trabajadores de la comuna el tambo, goza de cierto reconocimiento en instituciones públicas y privadas, muy a pesar que su legalización aún se encuentra en proceso. Sin embargo; es necesario determinar el grado de posicionamiento institucional, así como conocer la efectividad de la comunicación emitida por la organización a nivel interno, con el fin de ejecutar políticas y planes con objetivos claros que lleve a cabo los principios y estrategias definidas, concediéndole los recursos y mecanismos apropiados en la organización, planteándose como objetivo general analizar la comunicación organizacional y su incidencia en la gestión interna del colectivo de trabajadores de la comuna el tambo, a fin de evitar una gestión basada en la improvisación. Para establecerlo se utilizó el diseño de investigación no experimental con enfoque cualitativo, la población objeto de estudio es finita y la muestra estará determinada por los 39 integrantes que conforman el colectivo, el muestreo es no probabilístico por conveniencia y para el levantamiento de la información se aplicará la técnica de la encuesta y la entrevista. El estudio mostró que el colectivo fortaleció la funcionalidad institucional, asumiendo la comunicación organizacional como un factor clave en la gestión interna del colectivo de trabajadores de la comuna el tambo y esto se logrará con la implementación de un plan de acción comunicacional, con miras a la orientación del logro efectivo y práctico, que genera empatía entre sus asociados, motivada por la comunicación, de forma equitativa y democrática.

Palabras claves: Comunicación, gestión, organizacional.

ABSTRACT

Every organization, whether public or private, must have communication tools and/or strategies that allow it to reach effectively the achievements and goals established to improve and strengthen the identity of its institution, since not all those who lead them, They are aware of the importance that this entails. The group of workers from the El Tambo commune enjoys some recognition in public and private institutions, despite the fact that its legalization is still in process. Nevertheless; It is necessary to determine the degree of institutional positioning, as well as to know the effectiveness of the communication issued by the organization internally, in order to execute policies and plans with clear objectives that carry out the principles and strategies defined, granting them the resources and appropriate mechanisms in the organization, considering as a general objective to analyze organizational communication and its impact on the internal management of the group of workers of the El Tambo commune, in order to avoid management based on improvisation. To establish it, the non-experimental research design with a qualitative approach was approved, the population under study is finite and the sample will be determined by the 39 members that make up the group, the demonstrated is non-probabilistic for convenience and for the information gathering apply the technique of survey and interview. The study showed that the collective strengthened the institutional functionality, assuming organizational communication as a key factor in the internal management of the collective of workers of the El Tambo commune and this will be achieved with the implementation of a communication action plan, with a view to the Orientation of effective and practical achievement, which generates empathy among its associates, motivated by communication, in an equitable and democratic way.

Keywords: Communication, management, organizational

1. INTRODUCCIÓN

En años recientes investigadores como (CASTRO, 2012, pág. 65) aseguran que la Comunicación Organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio

de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo. En este sentido, nuestro enfoque de investigación se basa precisamente en el análisis de la comunicación organizacional y su incidencia en la gestión interna del colectivo de trabajadores de la comuna el tambo, puesto que se ha identificado problemas en el buen funcionamiento de dicha organización, tomando en consideración que se encuentra en miras de legalización, siendo esta, además; una limitante que detiene el proceso de desarrollo de sus integrantes y la institución como tal. En este estudio se considera, desde un concepto amplio, a la comunicación corporativa, organizacional o empresarial como “el conjunto de acciones comunicativas, que involucra al público interno y externo de la organización y que tiene como propósito el logro de objetivos y metas corporativas, organizacionales o empresariales” (Fernández, 2011:32), sumando las metas grupales e individuales.

La comunicación interna de una organización está íntimamente relacionada a las habilidades de comunicación propias de sus líderes, quienes no solo comunican a través de sus palabras sino también a través de sus acciones. Es por ello que las competencias comunicacionales de los líderes adquieren un valor fundamental en procesos de crisis o de cambio. En el Colectivo de trabajadores, previo a su estudio investigativo, se apreció a su vez, que no existe una efectiva comunicación organizacional que incida positivamente en la gestión interna que permita la participación activa de todos sus integrantes, aun cuando gestionan actividades en favor de los mismos, pero apuntando más enfáticamente a la imagen institucional, mas no priorizando al recurso humano. Mediante el diagnóstico que arroje de este, se pretende resaltar la importancia de la efectiva comunicación organizacional que es necesaria en

todas las instituciones.

1.1 Comunicación Organizacional

Según (Mendoza, 2005) menciona que el clima organizacional de una empresa u organización influye directamente en la productividad y satisfacción de sus trabajadores. Si el ambiente de trabajo es agradable, colaborativo, dinámico, respetuoso y responsable, la productividad global e individual crecerá y aumentará la calidad de trabajo alcanzando así los objetivos establecidos. La calidad del ambiente está unida a la capacidad social y de liderazgo de los directivos de la empresa. Además, también influye la manera cómo los directivos se relacionan con los empleados y las características del tipo de actividad que se desarrolla en la empresa. (Mendoza, 2005). Para (CASTRO, 2012, pág. 65) la Comunicación Organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo.

1.2 Gestión Interna

Al igual que la gestión empresarial, la gestión humana tiene relación con los demás procesos internos dentro de la organización, como son por ejemplo la gestión del conocimiento, la gestión de calidad, la gestión de innovación, entre otras, todas con la misma funcionalidad: mejorar la gestión exitosa de la organización y su poder competitivo en el mercado. (Calderón, Clemencia, & Álvarez, 2010). De acuerdo a lo anterior, podría decirse que cuando se habla

de gestión en las empresas se hace relación a una serie de medidas estratégicas ya sea humanas, tecnológicas o financieras, encaminados a mejorar la innovación y la competitividad de la misma, a través de varias fases: la organización interna de la organización, planificación de todos los procesos de la comunicación entre empleados y directivos y el control de la gestión. (Chinchilla, 2016). Se debe agregar que, los modelos más representativos aplicados dentro de las organizaciones son la gestión tecnológica, gestión humana, gestión del conocimiento como instrumento de la capacitación y gestión de las competencias. (Montilla, 2005).

2. Metodología

Para la realización de nuestro trabajo de investigativo, se empleó el diseño de investigación aplicada, no experimental, que no extrae sus conclusiones definitivas, pero que apunta a descubrir conocimientos que tendrán una aplicación inmediata a la realidad, no por ello, claro está, deja de ser una investigación seria, documentada y rigurosa en sus métodos.

En relación al enfoque de investigación, será de carácter netamente cualitativo, por cuanto éste, estudia a las personas en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran a fin de obtener un conocimiento directo de la vida social en el que se desenvuelve nuestro sujeto en cuestión. La población objeto de estudio es finita, está conformada por los integrantes del Colectivo de Trabajadores situado en la Comuna El Tambo, perteneciente a la cabecera parroquial de San José de Ancón, ubicada a 8 km de la Provincia de Santa Elena y que en la actualidad son 39 socios. La selección de la muestra a utilizar para efecto de nuestra investigación, está determinada por los mismos integrantes del colectivo y tiene como finalidad que la muestra sea lo suficientemente representativa y que sepamos sus características para poder analizar la información que obtenemos. Se eligió el muestreo no probabilístico por conveniencia, por la accesibilidad para

ejecutarla, por la rapidez y de disponibilidad de la muestra.

Como instrumentos, para el levantamiento de la información, se aplicará un cuestionario de preguntas con escala de liket y se hará uso de la entrevista y focus group. De acuerdo con Ramírez, Sarria y Colorado (2017) mencionan a la comunicación como un sistema que facilita la organización y la consecución de objetivos y desarrollo internacional, este tipo de comunicación centra su prioridad en el diagnóstico y análisis de variables complejas dentro de las instituciones, a fin de mejorar y fortalecer la identidad de una organización Según Pizzolante (2004), la comunicación interna o corporativa define situaciones donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global. Bajo este contexto, se creó un plan de comunicación con miras a potenciar la gestión interna y la imagen institucional hacia sus miembros y fortalecer la efectiva comunicación equitativa y democrática, sumado de evaluaciones periódicas para valorar el grado de satisfacción de sus integrantes y su proyección como emprendedores artesanales. Este trabajo demostrará la importancia invaluable que representa el recurso humano de la institución, por ende, la efectiva comunicación para el cumplimiento de las metas, planes, proyectos o logros trazados.

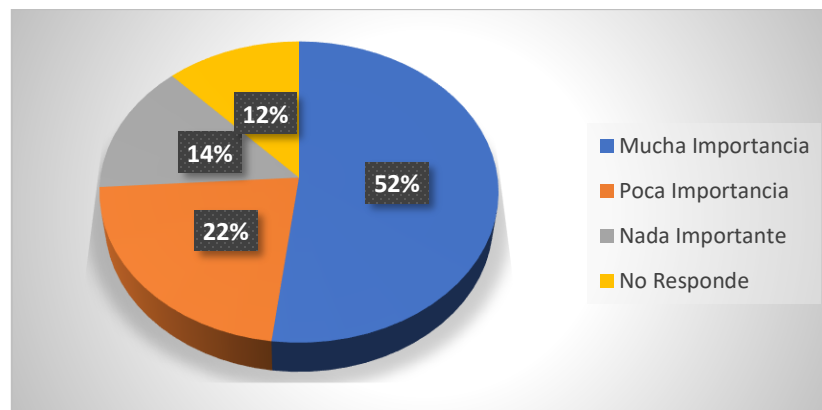
3. Resultados

Se pudo evidenciar que más del 52% de los socios del Colectivo muestran interés en la importancia de la comunicación organizacional de su institución, al respecto Malatesta dice que los resultados son medios necesarios, pero no suficientes, para alcanzar una mejor capacidad organizacional a través del manejo financiero. Es importante resaltar que el vínculo entre la sostenibilidad financiera y la capacidad organizacional también depende del manejo de los recursos y de una gestión estratégica y efectiva de la inversión que lleve al

cumplimiento del fin social de la organización (Malatesta & Smith, 2014). Por otro lado, el 58% de los encuestados está convencido que el manejo de una buena comunicación organizacional incide directamente en la gestión interna. Al igual que la gestión empresarial, la gestión humana tiene relación con los demás procesos internos dentro de la organización, como son por ejemplo la gestión del conocimiento, la gestión de calidad, la gestión de innovación, entre otras, todas con la misma funcionalidad: mejorar la gestión exitosa de la organización y su poder competitivo en el mercado. (Calderón, Clemencia, & Álvarez, 2010).

3.1.1 ¿Qué grado de importancia tiene para usted la comunicación organizacional y su incidencia dentro de la gestión interna de su institución?

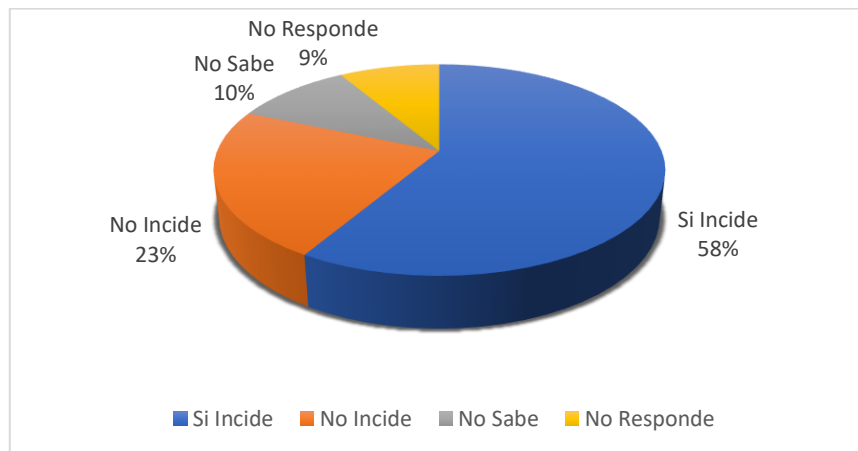
Figura.1



Fuente: Pincay (2023)

3.1.2 ¿Cree usted que el manejo de una buena comunicación organizacional, incide directamente en la gestión interna del Colectivo de Trabajadores?

Figura 2



Fuente: Pincay (2023)

4. Conclusiones

Las falencias existentes en la comunicación inciden en la organización y gestión interna del Colectivo, repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización. La inadecuada comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad, así como también en las actitudes de los integrantes. Muchos de los socios conocen muy poco los tipos de acciones o gestiones que realiza la institución, y una minoría parece poco o nada importarle las políticas internas con las que cuenta el Colectivo. Se concluye que la comunicación organizacional del Colectivo de trabajadores no está cumpliendo las funciones que debería, y su gestión interna es deficiente, descuidando con ello el hecho de no generar identificación institucional por parte del agremiado hacia la organización y tampoco fortalece las relaciones interpersonales entre sus colaboradores. Los resultados, en el contexto actual, son indicativos de la relevancia del ser humano como actor principal en los procesos organizativos y de su incidencia en la gestión interna para los resultados esperados a corto, mediano y largo plazo. A partir de estos hallazgos se recomienda a los

directivos tomar acciones en la organización con el propósito de mejorar la percepción que tiene cada uno de sus integrantes sobre el Colectivo, que permitan fortalecer las variables estudiadas.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Balarezo Toro, B. D. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE. Ambato - Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Capacitación y gestión humana: desarrollo del clima y la psicología organizacional en Colombia.
<https://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/2196>

Charry Condor, H. O. (2017). Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

De San, J. A. S. R. (2018). La gestión y el desarrollo organizacional: marco para mejorar el desempeño del capital humano (Vol. 46). 3Ciencias.

Fernandini Zarate, M. P. (2022). Comunicación interna y la gestión organizacional en una institución educativa de Chorrillos, 2021.

Gestión Interna de las Organizaciones: Anticipar y adaptarse a los cambios
<https://filantropialatam.uai.cl/gestion-interna-de-las-organizaciones-anticipar-y-adaptarse-a-los-cambios/> Universidad Adolfo Ibáñez

Hernández Ochoa, D. E. (2020). Impacto de la comunicación organizacional y la gestión del conocimiento en la competitividad de las PYMES.
<http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/11317/2003/445012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández-Sampieri. (2017). Metodología de la Investigación: Las Rutas cuantitativas, cualitativas y Mixtas.

Oyarvide-Ramírez, H. P., Reyes-Sarria, E. F., & Montaña-Colorado, M. R. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la

administración de empresas.

Rivera, A. B., Rojas, L. R., Ramírez, F., & de Fernández, T. Á. (2005). La comunicación como herramienta de gestión organizacional. *Negotium*, 1(2), 32-48.

Salazar-Ponce, E. G., Alvarado-Franco, D. R., & Holguín-León, G. H. (2021). Clima organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral: Caso Empresa de Seguridad Covipen. *Dominio de las Ciencias*, 7(5), 581-596.

VIDALES, Carlos. De la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento. *Comunicación y Sociedad*, v. Nueva Época, n. 30, p. 45-68, sept./dic. 2017

Twitter y su impacto en la opinión pública caso audiencia del Medio Digital Ecuador en Directo

Twitter and its impact on public opinion case hearing of Ecuador Digital Media Live

Escobar-Sánchez Sandra

Universidad Estatal Península de Santa Elena, UPSE. Santa Elena, Ecuador.
Correo: sandra.escobarsanche2784@upse.edu.ec

RESUMEN

En este artículo analizaremos el impacto en la opinión pública que tiene la red social Twitter a través del contenido de sus publicaciones, ya que actualmente se ha transformado en un medio para la difusión de contenidos que permite crear una interacción con el público como fuente informativa. Sin embargo, muchos consideran que Twitter más que una red social es una herramienta de comunicación. Con la aparición de Twitter, no solo transforma la inmediatez con la que las personas pueden enterarse de ciertos hechos, sino que es una plataforma que, en teoría, generaliza discusiones. En este tema se prioriza los estudios que hablan sobre la opinión pública relacionada con asuntos políticos y sociales, pues de alguna forma estas pueden dar cuenta de cuáles han sido los resultados y tendencias sobre la construcción de opinión pública en Twitter, en el medio Ecuador en Directo. Para el desarrollo de este proyecto investigativo, y con el objetivo de obtener resultados valiosos al tema analizado se utilizó la investigación cuantitativa, porque es aquella que se define como el estudio de las personas a partir de lo que dicen y hacen en el escenario social y cultural, es por ello que permite relatar aspectos, concerniente a revisar lo que se ha teorizado sobre la opinión pública en Internet, pero en especial en Twitter, que es la red social que se estudia en esta investigación. Así mismo, podemos notar que en el Ecuador, los medios tradicionales se desplazaron a la web por el auge del internet, pero ellos conservan aún su forma de presentar la noticia de manera tradicional, complementándola con su versión digital ya que estos difunden información en tiempo real e inmediato en twitter, adaptándose así, a los cambios que existen hoy en día las tecnologías de la información y comunicación.

Palabras claves: Twitter, redes sociales, opinión pública, digital, medios de comunicación.

ABSTRACT

In this article we will analyze the impact on public opinion that the social network Twitter has through the content of its publications, as it has currently become a means of disseminating content that allows creating interaction with the public as a source of information. However, many consider that Twitter is more than a social network, it is a communication tool. With the emergence of Twitter, not only does it transform the immediacy with which people can learn about certain facts, but it is also a platform that, in theory, generalizes discussions. In this topic, we prioritize studies that talk about public opinion related to political and social issues, because in some way these can account for what have been the results and trends on the construction of public opinion on Twitter, in the Ecuador en Directo media. For the development of this research project, and with the objective of obtaining valuable results to the analyzed topic, quantitative research was used, because it is defined as the study of people from what they say and do in the social and cultural scenario, that is why it allows to relate aspects, concerning to review what has been theorized about public opinion on the Internet, but especially on Twitter, which is the social network that will be studied in this research. We can also note that in Ecuador, traditional media moved to the web due to the Internet boom, but they still keep their way of presenting news in a traditional way, complementing it with their digital version since they disseminate information in real time and immediately on Twitter, thus adapting to the changes that exist today in information and communication technologies.

Keywords: Twitter, social networks, public opinion, digital, media.

1. Introducción

El uso de nuevas tecnologías de información particularmente el uso de redes sociales como Twitter, se ha vuelto una experiencia casi obligatoria para los comunicadores. Sin embargo, muchos consideran que Twitter más que una red social es una herramienta de comunicación. Además de esto, los medios inmersos en el mundo digital se encuentran en una constante comunicación con su audiencia, pues les permiten, por ejemplo, comentar sobre el contenido (Martínez, 2013).

Entender la capacidad que tiene Ecuador en Directo como medio digital para influir sobre su audiencia, parte de la interpretación que los usuarios tienen del contenido publicado en nuestra cuenta, estas son cápsulas informativas y noticias del momento. Es por esta razón la importancia de esta investigación para medir el impacto que genera nuestra cuenta de Twitter en la opinión pública.

2. Metodología (Materiales y métodos)

Con el objetivo de obtener resultados valiosos en este tema de investigación se usó la metodología cuantitativa, porque es aquella que se define como el estudio de las personas a partir de lo que dicen y hacen en el escenario social y cultural, busca explicar los hechos en base a datos numéricos a través de la recolección, tabulación y sistematización de la información obtenida, mediante la herramienta utilizada como lo es la encuesta.

Por consiguiente, como técnica de investigación se manejó la encuesta, que es un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa en la que el investigador recopila información mediante el cuestionario sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información.

Con esta encuesta se pretende demostrar el impacto que tiene la red social twitter en la opinión pública en los usuarios del medio digital Ecuador en Directo.

3. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

El resultado de esta investigación nos muestra que la era de la comunicación digital está más activa que nunca y Twitter es también un medio poderoso para emitir noticias de una manera ágil y opiniones, que pueden difundirse con gran rapidez y convertirse en tendencia. Esto exige que los medios de comunicación, y la actividad del periodismo miren las formas de interactuar en estos nuevos escenarios.

Hablar de la opinión pública en las redes sociales no se reduce a hablar de los movimientos de opinión en Twitter. Sin embargo, tal como afirman Anstead y O'Loughlin (2015), Twitter se muestra como herramienta especialmente interesante para medir la opinión pública, dado que el formato de microblogging representado por esta plataforma posibilita que los datos de relevancia sociopolítica sean fácilmente accesibles de forma masiva e inmediata.

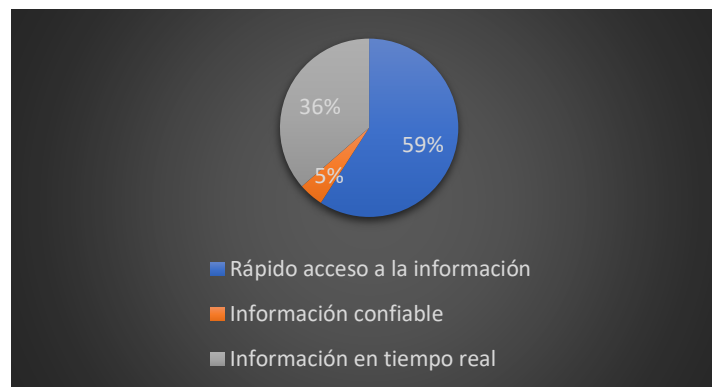
Los criterios de noticiabilidad predominantes en el digital son la inmediatez y la espectacularización (Martini, 2017).

Twitter, al igual que otros medios de Internet, ha venido a romper estas barreras al favorecer que la comunicación sea bidireccional y que se produzca un feedback entre el político y los ciudadanos que antes no existía o se daba sólo en contadas ocasiones. Y es que Twitter, como afirma Orihuela, “más allá de la tecnología, son las personas que lo utilizan, los mensajes que se comparten, las conversaciones que se mantienen y las relaciones que se establecen entre sus usuarios” (2011: 33).

Análisis de resultados

Los resultados de la encuesta: Twitter y su impacto en la opinión pública caso audiencia del Medio Digital Ecuador en Directo. Para contrastar la información, se escogió una muestra aleatoria simple de 22 encuestados.

3.1. 1 Figura ¿Por qué usa la red social Twitter para informase?



Fuente: Elaboración Propia 2023

3.1.2. Tabla 1. ¿Por qué usa la red social Twitter para informase?

Escaia	Frecuencia	Porcentaje
Mejor acceso a la información	13	59,1
Información confiable	1	4,5
Información en tiempo real	8	36,4

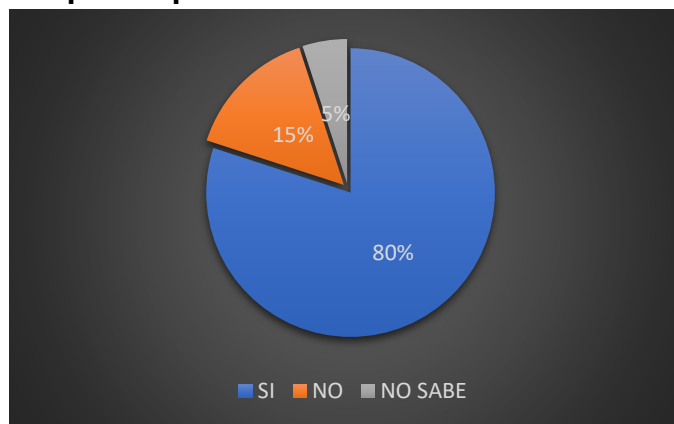
Fuente: Elaboración Propia 2023

Análisis e interpretación

De acuerdo con la primera pregunta, los encuestados respondieron a lo siguiente: El 59,1 respondió que usa twitter por mejor acceso a la información, el 36,4% por la información en tiempo real, y el 4.5%, porque considera que encuentran información confiable.

A modo de conclusión, el 59,1 % de personas usan twitter para mantenerse informados.

3.2 ¿Cree usted que la información que se genera en Twitter causa impacto en la opinión pública?



Fuente: Elaboración Propia 2023

3.2.1 ¿Cree usted que la información que se genera en Twitter causa impacto en la opinión pública?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	80
NO	2	15
NO SABE	1	5
Total	22	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Análisis de resultados

Los usuarios encuestados respondieron a lo siguiente: Sí (19) 80%; No (2) 15%; No sabe (1) 5%.

En esta pregunta el 80% responde a la opción Sí, considerando que Twitter causa impacto en la opinión pública.

4. Conclusiones

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el impacto en la opinión pública que tiene la red social Twitter, a través de la información que se proporciona en tiempo real en el medio de comunicación digital Ecuador en Directo y para ello se realizó una encuesta en donde se pudo apreciar la aceptación de la red social twitter debido al fenómeno del internet y las redes sociales que han contribuido a aumentar el concepto de periodismo digital, y han explorado nuevas formas de búsqueda, tratamiento y difusión de la información.

El surgimiento de las plataformas de comunicación digital permitió la migración de los mass media tradicionales de tecnologías analógicas para las digitales (Cardoso, 2011). Internet, móviles y tecnología SMS, permitieron la constitución de un número cada vez mayor de interconexiones.

Ya se ha hablado de cómo Twitter tiene herramientas específicas como los retuits, me gusta, hashtags y demás, que contribuyen a que se pueda construir opinión pública (Martínez, 2014).

Así mismo podemos notar que en el Ecuador, los medios tradicionales se desplazaron a la web por el auge del internet, pero ellos conservan aún su forma de presentar la información de manera tradicional, complementándose con su versión digital en las redes sociales como Twitter, Facebook, ya que

estos difunden información en tiempo real e inmediata, adaptándose así a los cambios que rigen hoy en día las tecnologías de la información y comunicación.

De Moragas (2011), manifiesta que el internet transformó los antiguos paradigmas de la comunicación, referidos a los mass media. Todas las teorías tradicionales están siendo reemplazadas de acuerdo a las exigencias de la comunicación digital moderna.

Ahora la opinión pública sigue siendo esa discusión sobre los temas que el Gobierno está ejecutando o que los medios ponen sobre la mesa, pero deja de estar relegada a una élite (Martínez, 2014).

Twitter es la red que actualmente más relevancia ha adquirido entre la clase política y periodística. En palabras de Piscitelli, se ha convertido “en uno de los mecanismos de comunicación más poderosos de la historia” (2011: 15). Y según Orihuela, “ha cambiado la red y ha completado el giro social que iniciaron los blogs a finales de los años noventa” (2011: 21).

La era de la comunicación digital está más activa que nunca, y crece cada día, junto a la tecnología y las innovaciones. En un tiempo, no muy lejano, la tecnología habrá alcanzado un nivel muy superior al que podamos imaginarnos en la actualidad. **la comunicación está dominada por las aplicaciones y las redes sociales**, y en un futuro, cualquier comunicación será totalmente digital.

5. Referencias

Álvarez Berastegi, Amaia; Gurrutxaga, Guillermo; y Goikoetxea, Udane (2020):
“El efecto péndulo de la transición digital. Un estudio cualitativo sobre medios en euskera y en catalán”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26(1), 401-413.

- Anstead, N. y O'Loughlin, B. (2015). Social media analysis and Public Opinion: The 2010 UK General Election. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 204-220.
- Cardoso, G. (2011). De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información. Obtenido de portalcomunicacion.com:
- Gozálvez, V., Romero-Rodríguez, L. M. y Larrea-Oña, C. (2019). Twitter y opinión pública.
- Martínez, F. G. (2013). Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales. Madrid.
- Martínez. (2014). "La construcción de la opinión pública digital en Colombia: Twitter y Juan Manuel Santos. Un Estudio de Caso." Universidad del Rosario. Bogotá
- Martini, Stella. (2017). "Últimas noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI". En S. Martini & M. Pereyra (Eds.), *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología* (pp. 1-28). Buenos Aires: IMAGO MUNDI.
- Orihuela, J.L., *Mundo Twitter* (pp. 15-20). Barcelona: Alienta.
- Piscite li, A. (2011). Prólogo: Twitter, la revolución y los enfoques ni-ni.
- Rodríguez Díaz, K. y Haber Guerra, Y. La influencia social de los medios de comunicación en Twitter. *Enunciación*, 22(1), 97-108.

Tiktok y el contenido comunicacional político en las elecciones del cantón La Libertad 2023

Tiktok and the political communicational content in the elections of the canton La Libertad 2023

Castillo-Naula Hilton Antonio

Universidad Estatal Península de Santa Elena UPSE. Santa Elena, Ecuador.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0710-1069>

Correo: hilton.castillonaula@upse.edu.ec

Resumen

La tecnología junto con el internet, los dispositivos móviles y el fácil acceso a la información mueven al mundo, las plataformas digitales son hoy en día, una herramienta fundamental para el desarrollo del ser humano, en todos los campos en los que este se desenvuelve, sean estos; educativos, científicos, laborales y hasta políticos. Precisamente la política ha sido una de las principales disciplinas que tomaron las redes sociales como un medio de difusión masiva, Una de estas redes sociales, que en los últimos años se ha ido posicionando globalmente, ha sido Tik Tok, la cual ha acumulado más de mil millones de usuarios a nivel mundial, esto ha provocado que en las últimas campañas sea una de las apps más usadas por los candidatos políticos, para acercarse a un electorado más joven. Por ello este estudio analizó el contenido comunicacional político empleado en Tik Tok, por parte de los candidatos de la provincia de Santa Elena, específicamente del cantón La Libertad, también se determinó el impacto que el uso de esta aplicación ha tenido en el electorado. Se utilizó un enfoque cuantitativo, con un alcance explicativo, se llevó a cabo una encuesta entre la población seleccionada, y se pudo constatar que esta nueva plataforma política conecta más con las personas jóvenes, quienes son los que más utilizan esta aplicación, la cuál por sus características hace posible que las propuestas de campaña tengan una mayor difusión.

Palabras clave: Tik Tok, política, redes sociales, aplicaciones.

ABSTRACT

Technology along with the internet, mobile devices and easy access to information move the world, digital platforms are today, a fundamental tool for the development of human beings, in all fields in which they develop, whether they are educational, scientific, labor and even political. One of these social networks, which in recent years has been positioning itself globally, has been TikTok, which has accumulated more than one billion users worldwide, this has caused that in recent campaigns is one of the apps most used by political candidates, to approach a younger electorate. Therefore, this study analyzed the political communication content used in Tik Tok by candidates in the province of Santa Elena, specifically in the canton of La Libertad, and also determined the impact that the use of this application has had on the electorate. A quantitative approach was used, with an explanatory scope, a survey was conducted among the selected population, and it was found that this new political platform connects more with young people, who are the ones who most use this application, which by its characteristics makes it possible for campaign proposals to have a wider dissemination.

Keywords: Tik Tok, politics, social networks, applications.

1. Introducción

En la actualidad la tecnología, el internet, los dispositivos móviles y el fácil acceso a la información mueven al mundo, las plataformas digitales son hoy en día, una herramienta fundamental para el desarrollo del ser humano, en todos los campos en los que este se desenvuelve, sean estos; educativos, científicos, laborales, investigativos, financieros, y hasta por simple diversión o entretenimiento, los datos y la información llegan con facilidad a todas las latitudes de nuestro planeta sin límites ni condición.

Una de estas redes sociales, que en los últimos años se ha ido posicionando globalmente, ha sido TikTok, red social de origen chino que por las características audiovisuales y de edición que ofrece, así como la capacidad de difusión que tiene, ahora cuenta con 1.398 mil millones de usuarios activos aproximadamente hasta el primer trimestre del año 2022, convirtiéndose en una de las redes sociales más populares en el país, por lo

que en la últimas campañas políticas esta aplicación ha sido usada para poder llegar a una población más joven, que comúnmente no tienen a la política como prioridad.

1.1.2 Contenido comunicacional político

La comunicación política es un complejo proceso de intercambio y legitimación pública de los discursos y asuntos políticos orientado a mitigar las contradicciones entre los políticos, los electores y los medios de comunicación (Celi, 2022). Aunado a esto manifiesta, Las sociedades con sistemas democráticos expresan los actos políticos desde diversas formas, magnitudes y complejidades, adaptándose a las características cambiantes de sus organizaciones políticas y del comportamiento de sus electores. Particularmente, en diversos países de Latinoamérica existen un alto número de organizaciones partidarias, caracterizadas por su notoria fragmentación ideológica e identitaria de sus miembros.

1.1.3 Tik Tok como plataforma política

Red social asiática lanzada en septiembre de 2016, el nombre original de la aplicación es Douyin que significa "sacudir la música" en chino, se basa en compartir pequeños clips musicales. Sin embargo, fuera de China recibe el nombre de Tik Tok. En el año 2017 se expandió internacionalmente, su lanzamiento logró obtener 100 millones de usuarios y se convirtió en la aplicación gratuita más descargada de Estados Unidos (Herrera, et Al. 2021).

En este contexto, (Lozano, 2022) señala que; la relación directa entre TikTok y la comunicación política, comienza a ganar seguidores y usuarios que no solamente conlleva a grupos de jóvenes, ahora partidos políticos, instituciones gubernamentales y obviamente aspirantes a cargos de elección popular han terminado influenciados gracias a las bondades en serie que permite la producción de videos.

2. Metodología

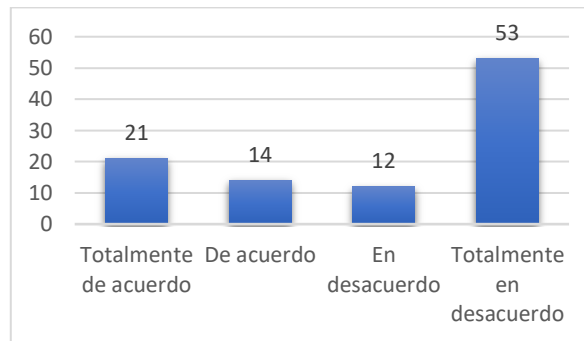
Esta investigación se define como básica, la cual según; (Gallardo, 2017) “tiene como objetivo buscar y producir nuevo conocimiento, el cual puede estar dirigido a incrementar los postulados teóricos de una determinada ciencia”. El enfoque utilizado es el cuantitativo, el cuál utiliza la recopilación de datos y su posterior análisis para llegar a conclusiones, (Hernández & Mendoza, 2018) señala que; la ruta cuantitativa es apropiada cuando queremos estimar las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos y probar hipótesis.

El alcance de la investigación, ha sido definido como explicativo, (Hernández & Mendoza, 2018) mencionan que este tipo de alcance están como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.

El tipo de instrumento usado para la recolección de datos fue el cuestionario en formato de encuesta en escala de Likert, el cual estuvo dirigido a los habitantes del sector Las Minas de la ciudad La Libertad, constituido por 1.600 habitantes. El muestro es no probabilístico, ya que se seleccionó solo a las personas facultadas para ejercer el voto en cada familia visitada.

3. Resultados

3.1.1 Gráfico 1. ¿Está de acuerdo con qué candidatos políticos utilicen Tik Tok sin el debido control de los organismos competentes?



Fuente: Castillo, 2023

3.1.2. Tabla 1. Población encuestada – división por género

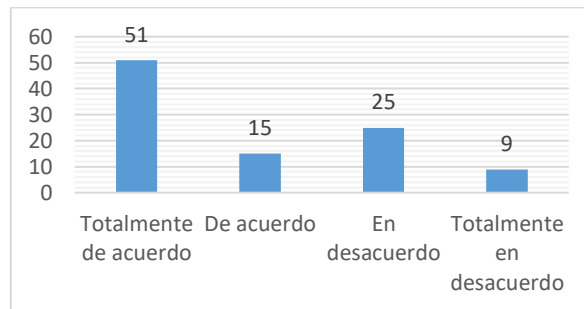
	Hombres	Mujeres
Totalmente en desacuerdo	33	20
En desacuerdo	7	5
De acuerdo	8	6
Totalmente de acuerdo	13	8

Fuente: Castillo, 2023

Análisis e interpretación de los resultados

El 53% de los encuestados manifestaron estar totalmente en desacuerdo con el uso de estas plataformas comunicacionales sin el debido control de organismos competentes, por lo que la falta de vigilancia es lo que atrae a este sector.

3.1.3. Gráfico 2. ¿Considera usted que la plataforma de Tik Tok es apropiada para difundir contenido de índole político en el Cantón La Libertad?



Fuente: Castillo, 2023

3.1.4. Tabla 2. Población encuestada – división por género

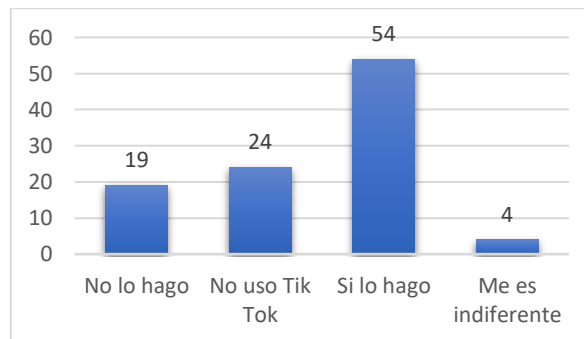
	Hombres	Mujeres
Totalmente en desacuerdo	5	4
En desacuerdo	15	10
De acuerdo	9	6
Totalmente de acuerdo	20	31

Fuente: Castillo, 2023

Análisis e interpretación de los resultados

La mitad de los consultados, representados por el 51% considera que la aplicación Tik tok si es apropiada para difundir contenido de índole político, se visualiza que un porcentaje mayoritario de lo que afirmaron esto, son mujeres, esto se debe a que en esta red existen más usuarios de este género. Paralelo a esto se encuentra un grupo pequeño que se muestra totalmente en desacuerdo a esto.

3.2.5. Gráfico 3. ¿Se informa usted de las propuestas de los candidatos del cantón La Libertad a través de la plataforma de Tik tok?



Fuente: Castillo, 2023

Análisis e interpretación de los resultados

El 54% de los cuestionados afirmaron utilizar la aplicación asiática de Tik Tok para informarse de las propuestas de campaña de los candidatos de su región.

3.1.2. Tabla 1. Población encuestada – división por género

	Hombres	Mujeres
Si lo hago	16	38
No lo hago	12	7
No uso Tik Tok	18	6
Me es indiferente	3	1

Fuente: Castillo, 2023

4. Conclusiones

Tik tok se ha convertido de una manera exponencial en la red más importante en la actualidad, la cantidad de usuarios que han migrado a esta red desde otras plataformas la han convertido en una de las plataformas de difusión más relevantes en la actualidad.

El sector político ha encontrado en las nuevas aplicaciones audiovisuales, un terreno próspero para posicionarse, utilizando el lenguaje propio de los

internautas, imitando sus bailes, uniéndose a las tendencias y difundiendo sus propuestas de campañas, han logrado llegar a más personas, de las cuales se encuentran la población joven.

La comunicación política está obligada a adaptarse a las nuevas formas de comunicación, a pesar de que esto no es sinónimo de éxito, es notable la cantidad de personajes y candidatos que se han dado a conocer a través de estas aplicaciones, y les ha permitido acumular un gran número de seguidores, lo que se termina convirtiendo en votos electorales.

5. Referencias

Bibliografía

- Celi, C. (2022). Comunicación política: construcción de la imagen de los candidatos electorales a través de la web 2.0. *Revista Multidisciplinar Ciencia Latina*.
doi:<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2371/3511>
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación: manual informativo interactivo*. Huancayo: Universidad Continental.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Herrera, A., Campi, A., & Torres, R. (2021). Códigos de modernidad: Industria cultural digital y la economía global de desarrollo. Tik Tok. *JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH*.
- Lozano, M. (2022). Comunicación política en la red social TikTok: experiencia consultas interpartidistas presidenciales en Colombia 2022. *Correspondencias & Análisis*. Obtenido de <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/415>

Usabilidad del WhatsApp y la seguridad ciudadana

Usability of WhatsApp and citizen security

Bazán-Alfonzo Víctor Hugo

Universidad Estatal Península de Santa Elena – UPSE. Santa Elena – Ecuador.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8259-9445>

Correo: victor.bazanalfonzo@upse.edu.ec

Resumen

La presente iniciativa de investigación es Usabilidad del WhatsApp y la seguridad ciudadana. Tiene como objetivo Identificar el uso del WhatsApp como herramienta tecnológica para la seguridad ciudadana en la Urbanización Banco Nacional de Fomento. Para ello se empleó un enfoque cualitativo y el diseño es etnográfico, utilizando como muestra a los habitantes de la Urbanización Banco Nacional de Fomento, donde se aplicó como técnica la encuesta, bajo una escala ordinal Likert. Se obtuvo como resultados más relevantes que las estrategias de seguridad en la ciudadanía deben ser Muy frecuentemente con el 68,75 %; mientras que Nunca respondió con el 0 %, determinando que hay una parte de la población que coincide con la temática. En el contexto de la discusión se afirma que existe un dominio de conectividad en la aplicación WhatsApp. Finalmente, como conclusión se proyecta delinear y aprovechar la tecnología con capacitaciones para promover las ventajas de tener estrategias y planes de seguridad.

Palabras claves: WhatsApp, comunicación, seguridad, ciudadanía, estrategias.

Abstract

The present research initiative is Usability of WhatsApp and citizen security. Its objective is to identify the use of WhatsApp as a technological tool for citizen security in the Banco Nacional de Fomento Urbanization. For this, a qualitative approach was used and the design is ethnographic, using as a sample the inhabitants of the Banco Nacional de Fomento Urbanization, where the survey was applied as a technique, under an ordinal Likert scale. It was obtained as the most relevant results that security strategies in citizenship should be Very

frequently with 68.75%; while Never responded with 0%, determining that there is a part of the population that coincides with the theme. In the context of the discussion, it is stated that there is a connectivity domain in the WhatsApp application. Finally, as a conclusion, it is planned to outline and take advantage of technology with training to promote the advantages of having security strategies and plans.

Keywords: WhatsApp, communication, security, citizenship, strategies.

1. Introducción

La era tecnológica ha surgido desde diferentes ámbitos y han servido para evolucionar en el mundo, desde su constante innovación que es la labor de cambiar a través de la creación o transformación de un producto en la sociedad (Real Academia Española, 2021). Por lo tanto, se puede incluir nuevos aportes para un contexto desconocido. El propósito de la presente investigación es hallar nuevas formas de innovar la comunicación efectiva, con el objetivo de identificar las formas, estilos para entablar el fortalecimiento una información más efectiva en un entorno.

Debido a la necesidad de un plan de seguridad, la invención demanda de nuevos planes indispensables con objetivos claros, metas efectivas y estratégicas claramente diseñadas es importante remarcar este propósito para mejorar la mensajería instantánea de WhatsApp en favor de seguridad ciudadana. WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea, a partir del 2022 es la aplicación de mensajería global más famosa en el mundo con dos mil millones de usuarios activos (Statista, 2022) de esta manera, en la sociedad y en actualidad las redes sociales desempeñan un rol necesario para poder comunicarse.

El aumento de las transgresiones como violencia, robos en las ciudades se explica por diversos factores. Dentro de ellos encontramos componentes sociales y económicos, como la exclusión social, la cesantía o la drogadicción.

2. Materiales y Métodos

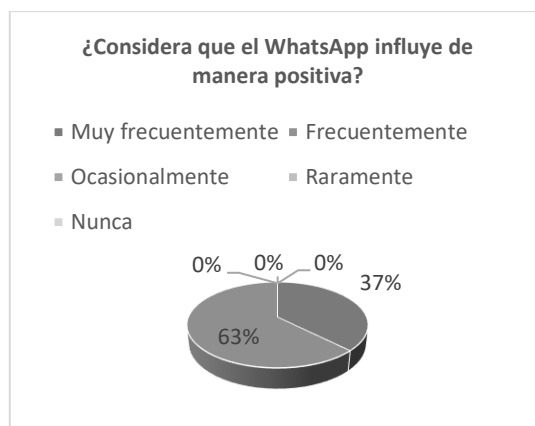
Según Bunge (2004) la investigación científica inicia con la apreciación de que el cúmulo de conocimientos útiles no es suficiente para solucionar problemas. De esta manera se ha podido establecer que este trabajo se realizó desde el enfoque cualitativo. Para resolver los problemas de investigación como lo indica Saldoval (2002) que lo que lo distingue es la compatibilidad de todos los procesos que la hacen posible.

El diseño de la investigación es etnográfico, el mismo que según Peralta (2009) es un método de investigación social que admiten consentir ideas u opiniones dentro de una comunidad, para obtener información sea esta cultural, costumbrista, alimenticia. La muestra está formada por 25 personas que es el número poblacional de estudio, se trató un muestreo no probabilístico por conveniencia. Lo indica Etikan (2016), es decir, que los sujetos que componen la muestra, 25 fueron seleccionados bajo conocimiento y criterio del autor de esta investigación.

La técnica aplicada fue la encuesta, (Arias, Fidias G., 2012), es la recopilación de información que proporcionan muestras o grupos acerca de los mismos y en relación a un tema definido, el instrumento que se empleó fue un cuestionario con la escala de Likert que establece los valores: Muy frecuentemente (5); Frecuentemente (4); Ocasionalmente (3); Raramente (2); Nunca (1).

3. Resultados

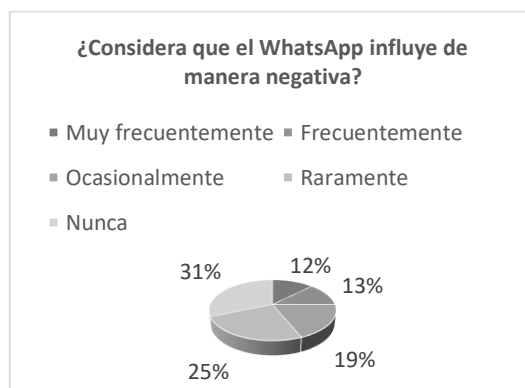
Figura 1. Variable Independiente: Usabilidad del WhatsApp – Influencia
¿Considera que el WhatsApp influye de manera positiva?



Fuente: (Bazán 2023).
Elaboración Propia

Análisis: Los habitantes de la Urbanización respondieron: Muy frecuentemente (6) equivalente en un 37,5 %; Frecuentemente (10) con un 62,5 %; Ocasionalmente; Raramente % y Nunca con un 0 % respectivamente.

Figura 2. Variable Independiente: Usabilidad del WhatsApp – Influencia
¿Considera que el WhatsApp influye de manera negativa?



Fuente: (Bazán 2023)
Elaboración Propia

Análisis: Los habitantes en la encuesta respondieron así: Muy frecuentemente (2) equivalente en un 12,5 %; Frecuentemente (2) con un 12,5 %; Ocasionalmente (3) con el 18,75 %; Raramente (4) con el 25 % y Nunca (5) con un 31,25 %.

4. Conclusiones

El estudio de este artículo de investigación constituye un aporte para la comunidad científica, quien tendrá acceso para establecer sus propios criterios basados en identificar el uso del WhatsApp como herramienta tecnológica para la seguridad ciudadana en la Urbanización Banco Nacional de Fomento en Santa Elena año 2022, con la finalidad de mejorar la calidad comunicativa. Posteriormente, este artículo está a disposición de la comunidad académica de la Universidad Estatal Península de Santa Elena como una base de estudio. Para conocer su utilidad desde un cambio sensibilizado.

El mismo constituirá un tema de estudio para que catedráticos y educandos puedan debatir las ventajas y desventajas en el uso de herramientas comunicativas. Se ha evidenciado en la investigación que los habitantes de la urbanización, tienen conocimientos de lo importante de la aplicación. Sin embargo, no ponen en acción estas facilidades tecnológicas para una mejor comunicación en favor de su entorno.

5. Referencias bibliográficas

- Arias, Fidias G. (2012). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme, C.A.
- Bunge, Mario . (2004). *La investigación científica Su estrategia y su filosofía* . México: Siglo XXI Editores S.A.
- Cabrero Almenara, J. (2007). Comunidades virtuales para el aprendizaje . Eduweb.

Castells, M. (2009). La apropiación de las tecnologías. La cultura juvenil en la era digital. *TELOS*, 2.

Lucía Jiménez Iglesias . (2011). "El WhatsApp en la prácticas de intimidad familiar máster sociedad de la información y conocimiento UOC".

Peralta Matínez, C. (2009). *Etnografía y métodos etnográficos*. Bogotá: Análisis. Revista Colombiana de Humanidades.

Real Academia Española. (2021). *Innovación*. En Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://dle.rae.es>

Saldoval Casilimas, C. (2002). *Investigación Cualitativa*. Bogotá : ARFO Editores e Impresiones Ltda. .

Schultz, C. (8 de mayo de 2018). Taking Those First Steps into Citizen Security Programming. *Revista Democracy and Governance*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2022

Sozzo, M. (2016). Seguridad Urbana y tácticas de prevención de delitos. *Revista Pensamiento Penal*. Obtenido de <https://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2014/12/doctrina35799.pdf>

Statista. (2022). Obtenido de <https://www.statista.com/topics/2018/whatsapp>

Rol de la mujer en la pesca artesanal en Anconcito –Santa Elena

Role of women in artisanal fishing in Anconcito – Santa Elena province

Autores:

Ramírez-Rodríguez Marlon

Universidad Estatal Península de Santa Elena. Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8409-2659>

Correo: marlon.ramirezrodrig2233@upse.edu.ec

Borbor Gabriela

Universidad Estatal Península de Santa Elena. Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3733-9596>

Correo: Evelynborborrodrigu3243@upse.edu.ec

Montenegro-González Enrique

Universidad Estatal Península de Santa Elena. Santa Elena, Ecuador

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9381-936X>

Correo: enrique.montenegrogo4218@upse.edu.ec

Resumen

Rol de la mujer en la pesca artesanal en Anconcito, es un estudio que tiene como uno de los principales objetivos conocer las razones por las que se ha disminuido la participación de la mujer en la actividad pesquera en esta importante localidad de la provincia de Santa Elena. Para conocer la realidad que se vive, se aplicó técnicas de campo y recopiló testimonios de los protagonistas con la finalidad de tener fuentes fidedignas de esta actividad ancestral que se va heredando de generación en generación en las zonas costeras. Los principales factores serían que el trabajo de la pesca se ha segado al sector masculino por años, desplazando a la mujer a otras actividades complementaria de las faenas o tareas en el hogar, además se constató que no se contaría con las condiciones físicas y de seguridad para las damas en las largas y arduas labores que se realizan mar adentro y tampoco se contaría con el apoyo de organismos de sector público o privado.

Palabras clave: pesca, mujer, inseguridad, anconcito.

Abstract

Role of women in artisanal fishing in Anconcito, is a study that has as one of the main objectives to know the reasons why the participation of women in fishing activity has decreased in this important town in the province of Santa Elena. In order to know the reality that is lived, field techniques were applied and testimonies of the protagonists were collected in order to have reliable sources of this ancestral activity that is inherited from generation to generation in coastal areas. The main factors would be that fishing work has been cut off from the male sector for years, displacing women to other activities complementary to chores or chores at home, in addition it was found that there would not be physical and safety conditions for the ladies in the long and arduous work that is carried out offshore and would not have the support of public or private sector organizations.

Keywords: fishing, women, unsafety, anconcito.

1. Introducción

La mujer hace varios siglos no tenía mayor participación en diversas actividades civiles y sociales, debido al entorno patriarcal manifiesto desde generaciones, pero con el pasar de años las mujeres fueron realizando actividades laborales que les permitió dar pasos agigantados en la participación social y económica del núcleo familiar sin descuidar las actividades del hogar. En este sentido, los autores Bando, Berlinski y Carrasco mencionan que “el progreso de la mujer en América Latina y el Caribe ha sido impresionante en las últimas décadas. Ahora, muchas mujeres ocupan un lugar central en el mundo de las artes, los negocios, la música, la política, la ciencia y el deporte. Las leyes protegen a la mujer por igual, y el incremento de su participación en la fuerza laboral ha sido rápido, aumentando 17 puntos porcentuales en los 25 años entre 1990 y 2015, hasta más del 60%” (2019). No obstante, “las mujeres siguen teniendo un 30% menos de probabilidades que los hombres de tener un empleo, y una mayor probabilidad de ser pobres

y llegar a la vejez sin una pensión decente. Todo esto perjudica el ejercicio de los derechos humanos y la eficiencia económica, y exige un cambio urgente” (Bando, Berlinski, & Carrasco Martinez, 2019).

Desde el principio, la pesca artesanal es una actividad ancestral productiva en zonas costeras, que ha permitido un avance en el desarrollo socioeconómico de las diversas localidades en el Ecuador. A esto, Villao-Burgos, Mazón-Arévalo, Serrano-Luyó, Núñez y Núñez-Guale agregan que “la pesca artesanal es una actividad donde la mayoría de las personas que la desempeñan son de estratos económicos bajos. Aquello, hace que los pescadores estén subordinados a las decisiones económicas de quienes le compran la pesca. Principalmente, el mecanismo de dependencia consiste en que el comerciante provee de dinero al pescador para que pueda cubrir los costos que implican salir a pescar” (2017).

Considerando estas ideas, se constata que las mujeres no poseen las mismas oportunidades en el sector productivo de la pesca artesanal, siendo aun así este tipo de actividad comercial de alto riesgo para el género.

Por ello, nace el interés de investigar los casos de estudio tomando como muestra la localidad de Anconcito, es un puerto pesquero del cantón Salinas, tiene 11800 habitantes (CENSO 2010) de los cuales el 70% se dedica a la pesca artesanal y un reducido porcentaje lo ejecutan las mujeres, las mismas que hasta la actualidad son cuestionadas por su labor y tiene como un efecto la extinción de la participación femenina.

2. Metodología

Para efectuar la investigación se empleó la técnica de investigación cualitativa y se realizaron entrevistas entre representantes de las distintas

organizaciones de pescadores artesanales, del GAD Parroquial y mujeres que hayan laborado dentro de la pesca artesanal, teniendo como objetivo lograr el aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que son estudiadas normalmente, ya que la mujer no ocupa un lugar importante en esta labor.

Se utilizó una guía de la entrevista para asegurar que los temas que son considerados por el grupo de investigación como claves para ser abordados por todos los entrevistados.

3. Resultados (análisis e interpretación de los resultados)

La pesca artesanal es un trabajo que se hereda de los ancestros a las nuevas generaciones en las zonas de las costas de Ecuador. “Pescadores independientes u organizados en cooperativas o asociaciones, hacen de esta actividad su medio habitual de subsistencia o la destinan a su consumo, utilizando reducidos montos de capital, artes manuales y pequeñas embarcaciones” **(Batista, Fabre, & Machado , 2014).**

Las mujeres de la parroquia Anconcito tienen habilidades para realizar múltiples actividades para contribuir con la economía de la familia y entre ellas consta la pesca artesanal, que siempre ha sido una tarea laboral para los varones, pocas mujeres se dedican a esta misma labor por diferentes factores, uno de ellos es la inseguridad y el machismo que hay dentro de la comunidad de pescadores.

Aida Mendoza es uno de los casos más relevantes de la comunidad de Anconcito, ella relata que hasta el 2020 se dedicó a la pesca artesanal junto a su esposo y trabajó durante 6 años consecutivos, hasta ese entonces, en la parroquia constaban 436 embarcaciones y 4500 pescadores artesanales, siendo el tercer puerto más importante del país **(MAGAP, 2015).**

El trabajo lo realizaba de sol a sol en altamar y destacaba que le costó mucho adaptarse, por el sistema machista que enfrenta la sociedad en este campo laborar. Además, indicó que para formar parte del equipo tuvo que vestirse de hombre para pasar desapercibida y así evitar problemas. Mendoza comentó que al principio no fue una tarea fácil, tuvo que enfrentar los estragos de altamar y sus consecuencias.

Además, añadió Mendoza que por lo general a las mujeres las desplazan para realizar trabajos más fáciles como son los roles tradicionales estos han sido reducidos al espacio doméstico, invisibles y con trabajos informales. Estando vinculados a labores de cuidado y reproducción, así como la preparación de las artes de pesca, la recolección de orilla y la comercialización, básicamente trabajos donde no implique ir a altamar.

Otro factor que preocupa a los habitantes de esta comunidad es la incursión del trabajo sin las capacitaciones y experiencias que se requieren y esto sería por la falta de representación legal y gremios. Así también, Rivas menciona que “la pesca artesanal es realizada por pescadores sin más calificación que la experiencia. En su mayoría, operan individualmente, siendo muy reducido el número de pescadores pertenecientes a grupos o asociaciones cooperativistas” (2008, pág. 437)

En la comuna Anconcito el 80% de su población según el INEC se dedica a la pesca artesanal. La mayoría de ellos son hombres. Pero qué opinan ellos si ven a una mujer trabajando mar adentro.

Tenemos el grupo de los pescadores adultos mayores que ya están jubilados, ellos no están de acuerdo con que las mujeres estén dentro de la pesca, pues muchos dicen que su lugar es la cocina, la casa u otros tipos de

trabajo porque la pesca es un trabajo de fuerza y ellas no tienen la fuerza o capacidad necesaria para este tipo de trabajos.

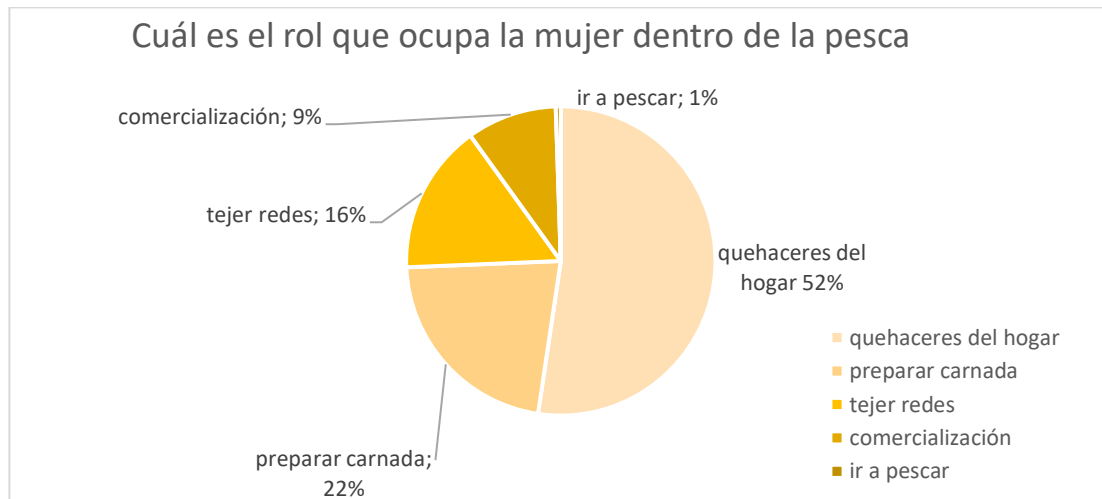
Consultamos con el presidente de GAD-Anconcito ¿qué piensa él sobre el trabajo de las mujeres dentro de la pesca artesanal? Nos comenta que para él son unas luchadoras, pero entiende que no haya tantas porque la seguridad dentro del mar es inexistente ya que los piratas actualmente están todos lados y no hay un control cauteloso al momento de entrar al mar. Incluso está de alguna manera normalizado que haya bandas pidiendo dinero a los pescadores para su protección.

Los pescadores actualmente activos creen que para las mujeres está actividad es retadora pero que admiran a las pocas que hay. Por problemas de piratas prefieren que ellas avancen pocas millas o que la actividad que realicen en la pesca artesanal sea otra, como armar anzuelo, tejer redes, etc. Pero que si van a ir pescar sea acompañada, así como hacen los hombres para protegerse de los peligros que se asecha el mar.

3.1. Figuras y Tablas

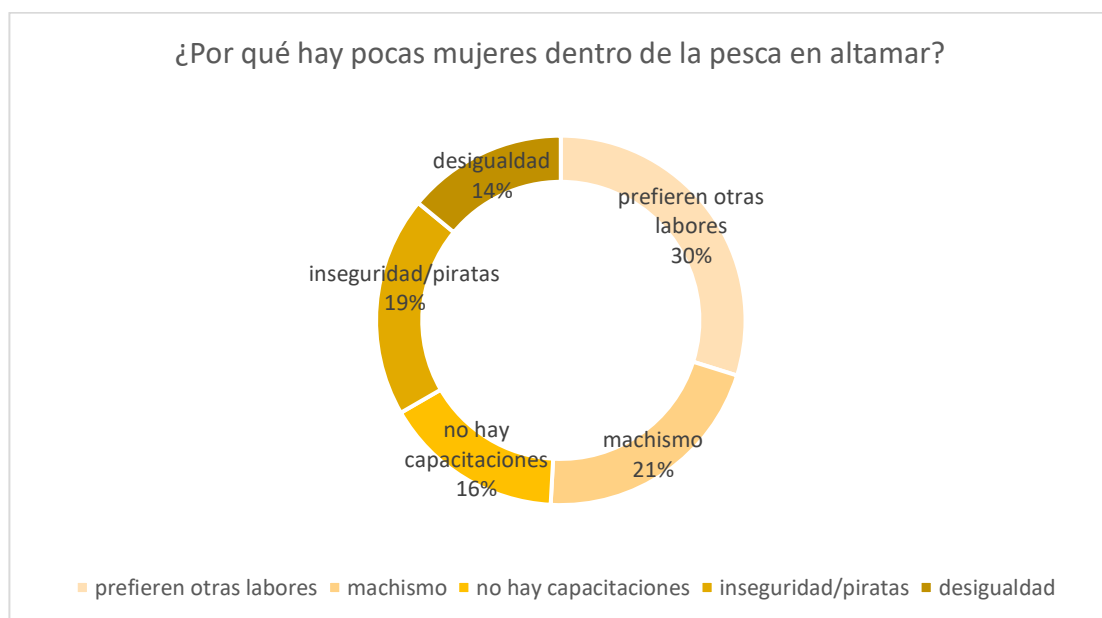
Se realizó 20 encuesta entre pescadores, pescadores jubilados, presidente del GAD de Anconcito, y mujeres que trabajan o han trabajado en la pesca.

3.1.1. Figura 1. En esta imagen podemos observar el rol que ocupa la mujer según los encuestados: 60% de las mujeres de Anconcito se dedican a los quehaceres de sus hogares, mientras que solo el 0.1% se ha dedicado a la pesca artesanal



3.1.1. Figura 2

¿Por qué hay pocas mujeres dentro de la pesca en alta mar? Con esta muestra podemos apreciar que el 30% de las mujeres prefieren otras labores, pero que el machismo que les rodea ocupa un porcentaje importante dentro de la investigación. La desigualdad e inseguridad que esta labor implica ocupa entre el 20% y el 14%, aquí evidenciamos los factores más relevantes por lo que las mujeres son desplazadas de dicha labor.



4. Conclusiones

Mediante la investigación se demostró que las pocas mujeres que laboran en la pesca dentro de altamar han desistido de alejarse de la costa ya que los peligros del mar cada vez son más constantes. Podemos darnos cuenta con la investigación que a pesar de estar en el siglo 21 no todas las mujeres tienen las mismas oportunidades laboralmente, ya que solo el 0.01% de la población de Anconcito se dedica a esta labor por los problemas antes mencionado.

Otros problemas de reducción de la población en mujeres dentro de la pesca es la falta de capacitaciones por parte de los gobiernos autónomos descentralizados y gobierno nacional, que no toma en cuenta a esta pequeña población para explorarla y explotar esas capacidades.

Con la muestra de la investigación se pudo constatar que la participación de la mujer en la pesca artesanal es reducido y según la versión recopilada en el sector destacan que los principales motivos serían la falta de capacitaciones, el machismo, y las pocas garantías de seguridad integral antes los frecuentes robos que enfrentan en altamar, por ello son desplazadas a actividades de menor riesgo y de rápido acceso como las labores cotidianas de amas de casas o quizás de asistente en las elaboración de insumos y materiales para salir a pescar.

Además, se pudo corroborar que existe un gran porcentaje de desigualdad de género falta de nuevas oportunidades para las mujeres en el sector de la pesca y esto también se debe a la poca atención que tiene el sector antes los organismos públicos de administración.

5. Bibliografía

- Álvarez Burgos, M. (2020). No queremos ser pesca acompañante, sino pesca objetivo. Interfaces socioestatales sobre enfoque de género en la pesca artesanal en Chile. Runa: Archivo Para Las Ciencias del Hombre. doi:<https://doi.org/10.34096/RUNA.V41I2.8691>
- Bando, R., Berlinski, S., & Carrasco Martinez, J. (2019). Desigualdad de Género En América Latina: Un Largo Camino Por Recorrer. Recuperado el 14 de 11 de 2022, de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8599/1/T3760-MGTH-Oca%C3%B1a-Desigualdad.pdf>
- Batista, V., Fabre, N., & Machado , A. (2014). Tropical Artisanal Coastal Fisheries:Challenges and Future Directions. doi:<https://doi.org/10.1080/10641262.2013.822463>
- MAGAP. (2015). Informe de gestión Enero noviembre . Quito.
- Rivas, R. (2008). Pueblos indígenas y garífuna de Honduras. Honduras: Guaymuras. Recuperado el 12 de 11 de 2022, de <https://books.google.hn/books?id=W1HVI4mMGjIC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Villao Burgos, D., Mazón Arévalo, L., Serrano Luyó, M., & Nuñez Guale, L. (2017). La comercialización de la pesca artesanal: problemática en los puertos de Anconcito y Santa Rosa Provincia de Santa Elena. Recuperado el 15 de 11 de 2022, de Revista de Investigaciones Sociales: https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol3num10/Revista_de_Investigaciones_Sociales_V3_N10_1.pdf

Los retos de la mujer en el periodismo

The participation of women in journalism

Autor:

Loor-Baquerizo Sheyla Carolina

Universidad Estatal Península de Santa Elena, UPSE. Santa Elena, Ecuador.

Correo: sheyla.loorb@upse.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/00000002-4617-1580>

RESUMEN

Los avances que han tenido las mujeres en la sociedad han dejado huellas inamovibles dentro de los campos profesionales, el rol que cumplen en el periodismo no se queda atrás; sin embargo, existen diferentes retos y desigualdad al ser comparadas con la labor periodística de un hombre, la presente investigación pretende dar a conocer los hechos y desarrollo que viven las mujeres que pertenecen al gremio de periodistas mediante una investigación que se centra en los análisis documentales de investigaciones que se enfocan en la participación y los retos de la mujer en el periodismo, dando a conocer mediante los resultados que aún existen desequilibrio en los cargos profesionales por el género del ser humano.

Palabras Claves: Periodismo, retos, mujer.

ABSTRACT

The advances that women have made in society have left immovable traces within the professional fields, the role they play in journalism is not far behind, however, there are different challenges and inequality when compared to the journalistic work of a man, This research aims to show the facts and development that women who belong to the guild of journalists live through a research that focuses on documentary analysis of research that focuses on the participation and challenges of women in journalism, revealing through the results that there is still imbalance in professional positions by gender of human beings.

Keywords: Journalism, challenges, women.

1 Introducción

1.1 La mujer en el periodismo

El periodismo es una acción que es ejecutada por el ser humano con la finalidad de compartir información de manera global, generando una reacción en el público que recepta cada información, durante muchos años la mujer ha sido participe de este ejercicio profesional, en donde se ha abierto camino y ha ido ocupando lugar en donde solo el hombre tenía los derechos de ocupar ciertos rangos laborales.

A las mujeres que se desempeñan en la labor periodística se les estipulan ciertas áreas en las que pueden desenvolverse como reportero y conducción. Los cargos que cumplen con menor periodicidad son fotógrafas, columnistas y directora general. Se evidencia que sistemáticamente se les descarta de áreas o cargos en los que pueden formar mayores ingresos o pueden desarrollar mejor su trabajo; la razón que las discrimina, según sus propias conclusiones, no es su incapacidad como periodista, lo que las aleja de esta realidad es simplemente el hecho de ser mujer (Robledo, 2020).

Por otro lado, Quesada (2020) sostiene que:

El periodismo demuestra ser una profesión que no se escapa de la brecha entre géneros, a pesar de que la representación de la mujer ha ido en aumento. Su situación laboral no ha mejorado desde su incorporación, considerando importante el conocimiento de obstáculos laborales que han tenido que protagonizar mujeres, que por su constancia e innovación han aportado ámbitos esenciales para la profesión. Y por el simple hecho de ser

mujer, sus actuaciones no han tenido un reconocimiento igualitario en la actualidad (pág.5).

Este análisis nos regala una parte de los acontecimientos que se viven en el campo periodístico al ser una femina del mismo modo Quesada (2020) hace referenica a que “la representación de la imagen de la mujer en todos los ámbitos del periodismo queda reprimida, un grupo infravalorado antes las posturas masculinas, demostrando no gozar de un derecho básico declarado para el ser humano hacia una lucha de igualdad de condiciones” (pág.6). La mujer se encuentra presente en los ámbitos periodísticos mostrando su imagen y labor, pero existen diversos riesgos a considerar por el cual la sociedad las posiciona como el sexo débil.

Por esta razón Robledo 2020 menciona que:

Los riesgos ya existentes en el trabajo periodístico en la zona analizada provienen principalmente de grupos del crimen organizado imperante y afectan tanto a varones como a mujeres, sin embargo, además de estas circunstancias, las mujeres enfrentan la desigualdad salarial, laboral y acoso sexual en la propia empresa donde trabajan (pág.2).

Datos estadísticos tomados del estudio de Chevero (2020) dan a conocer la realidad de la situación que aún se presenta a la equidad de género en los últimos tiempos. De un rango de 93 periodistas de los más reconocidos medios de una ciudad de Ecuador, solo 10 tienen cargos directivos. El 62% de las mujeres que fueron encuestadas mencionaron que en los medios de comunicación en los que laboran han sufrido algún tipo de abuso al momento de realizar su labor como periodistas, de igual manera, según datos estadísticos, cinco de cada 10 mujeres periodistas

subrayan el haber sido objeto de burlas sexistas por parte de sus colegas hombres en el trabajo.

En otra investigación en territorio ecuatoriano analizada por Chavero (2020) menciona que The International Women Foundation realizó un estudio a nueve medios de comunicación con 1.300 trabajadores en total que arrojó resultados como que los hombres superan de dos a uno en las salas de redacción y noticias. De igual manera, se señala que, en las direcciones de los medios, solo el 20% estuvo ocupado por mujeres y el 40%, en los cargos de alta gerencia. La mayor participación de las mujeres en los medios ecuatorianos está en los cargos junior y senior, donde se encuentran las tareas de recopilación de información.

1.2 La mujer como objeto sexual de la publicidad

En la actualidad la belleza de la mujer es tomada como foco principal para ser un anuncio publicitario que son expuestos en diferentes medios de comunicación, acción que no se viene desarrollando desde hace poco tiempo. Montiel (2019) menciona que las mujeres afrontan retos en su trabajo ligados a su condición de género, que los hombres periodistas no tienen que enfrentar. Los principales tipos de violencia de género contra mujeres periodistas, son la psicológica, física, sexual que incluye acoso y violación, económica, por ejemplo, precarización de sus condiciones laborales-, patrimonial -como robo de materiales de trabajo y de objetos personales, así como la entrada forzada a sus domicilios- e institucional -omisiones e impunidad.

Haciendo énfasis en lo antes mencionado cabe recalcar que los medios de comunicación tienen un gran impacto al momento de ser

participes en la difusión de contenidos que denigren o sexualicen a todo tipo de mujeres con un poco de humor o contenido publicitario que puede llegar a generar violencia. “Esta violencia, en su forma más sutil, se mantiene en fenómenos como la estereotipación rígida de lo femenino, una visión femenina instrumentalizada o la invisibilizarían de los logros y aportaciones de las mujeres en el mundo actual” (Delgado, 2018,p.173).

Según De los Ríos(1997) en los contenidos publicitarios de manera frecuente se puede visualizar como se presenta a la mujer de manera sexista y ocupando los lugares que tradicionalmente ha ocupado a lo largo de la historia como amas de casa, por lo tanto prevalece la consideración del sexo femenino para ser objeto y no ser tomada en cuenta como personas, utilizando a su cuerpo como enfoque principal para los consumidores de la publicidad, la intención de presentar el cuerpo de la mujer es vender más y mejor cualquier producto.(De los Ríos, 1997)

Mediante estudios de Gordillo (2007) menciona que:

En la publicidad se ha utilizado sobre todo la figura de la mujer para dar a conocer y promocionar productos de belleza e higiene femenina y en la mayoría de los casos, las mujeres promocionan productos dirigidos a los hombres dando más importancia a quien anuncia el producto y para quien va dirigido que al propio producto, puesto que lo que aquí se pretende es llamar la atención a cualquier precio y con los recursos más impactantes (pág.404).

2. Metodología

Para la recolección de datos e investigación se realizó mediante un enfoque cualitativo de carácter descriptivo no experimental. Hernández-Sampieri, (2018) hace referencia a que la base de la recolección es el investigador, el cual se auxilia en diversas herramientas que van afinándose conforme avanza el estudio. Por esta razón se puso utilizaron el análisis documental de diversos artículos, libros, e investigaciones científicas en el cual se recopila información y datos de relevancia que sirven como fundamentos teóricos de nuestro análisis para lograr analizar la información de referencia.

3. Resultados

Tomando tres puntos de análisis de estos autores en los que nos basamos a lo largo de la investigación tenemos información relevante y pertinente para definir los retos que viven las mujeres periodistas en los medios de comunicación y en la sociedad.

Palmira Chavero

Chavero (2020) en su investigación: La mujer en los medios: de la invisibilización a la proclama, menciona que los medios de comunicación, así como en otras áreas de desempeño laboral, puede observarse el desequilibrio salarial y ser comparado con un cristal, hace referencia a aquello ya que las mujeres en su totalidad no se encuentran recibiendo el mismo reembolso económico que al del sexo masculino por no desarrollar los mismos cargos laborales. Además, encontró que una vez que se garanticen los derechos laborales basados en la equidad y la justicia se resolverá la brecha salarial entre los diferentes géneros.

Edison Lanza.

Otro de los temas importantes que se analizan y correlacionan con el resto de investigaciones sobre los retos que afrontan las mujeres en el periodismo es tener que lidiar con diferentes ambientes que suelen ser receptados como amenazantes que logran afectar el desempeño laboral de las profesionales y limitando sus derechos en libertad de expresión. Al mismo tiempo en la desigualdad de género se encuentran las acotaciones sexistas y misóginas, el acoso laboral, la violencia física y verbal y en algunos casos hasta llegar al femicidio, cada una de estas situaciones se encuentra invisibilizadas o considerada de menor relevancia las cuales no presentan restricciones en el ejercicio de los medios de comunicación teniendo estos escenarios en total discreción (Lanza, 2018).

FUNDAMEDIOS

El sitio web Fundamedios en su análisis e investigación titulada *el desafío de ser periodista y mujer en Latinoamérica* expone sus resultados con la finalidad de generar democracia y cumplir con los derechos humanos en donde podemos encontrar que las periodistas se encuentran expuestas de manera constante y en mayor cantidad a situaciones de violencia. No solo se retan en la cotidianidad a estándares machistas, sino que también sobrellevan desigualdad en el ámbito laboral, comentarios sexistas, estigmatización y falta de oportunidades cuando deciden ser madres. Esto, sumado a la desprotección y la deficiencia en la investigación de casos, las deja en estado de indefensión.

4. Conclusiones

- La mujer continua en la lucha por la igualdad de género dentro de la sociedad en general y en el ámbito profesional, la justicia juega un papel fundamental para que los retos que logramos analizar anteriormente se erradiquen y se genere una igualdad tanto en el tema salarial, rangos de trabajo, sexismo, machismo y violencia sexual. Las periodistas deben tener presente que esta profesión tiene consigo inmersa diversos desafíos para todos quienes la ejercen, más sin embargo el género femenino es el más afectado ya que las imposibilitan en la mayoría de los casos de realizar su profesión con efectividad y total libertad de expresión. La persecución y amenazas que viven no son cosas irrelevantes en donde se ven amenazadas no solo ellas sino también sus familiares, en estos casos quienes están más propensas a estas situaciones son las periodistas de investigación o de noticias.
- El periodismo sigue viviendo cambios constantes y evolución en la difusión y emisión de contenidos, no solo podemos observar la presencia de la mujer en el periodismo como profesional sino también en los contenidos que difunden, promoviendo el contenido sexista, en donde se muestra a la mujer como objeto sexual para llamar la atención de los espectadores, no solo en publicidad sino también en programas de televisión, radiales o prensa escrita, teniendo esta “estrategia” para vender más, no hay que olvidar que los medios de comunicación son entes de difusión masiva que generan retroalimentación en los receptores y se los relaciona con la credibilidad.

5. Referencias

- Chavero, P. (2020). La mujer en los medios: de la invisibilización a la proclama.
- Delgado, A. D. (2018). El sufrimiento de la mujer objeto. Consecuencias de la cosificación sexual de las mujeres en los medios de comunicación. *Dossier monográfico: Sexo y bienestar. Mujeres y diversidad*, coords. Carmen Mañas Viejo y Alicia Martínez., 167-186.
- FUNDAMEDIOS. (2020). *El desafío de ser periodista y mujer en Latinoamérica*. Obtenido de <https://www.fundamedios.org.ec/mujer-periodismo-latinoamerica/>
- Gordillo, P. D. (2007). La mujer como objeto sexual. *COMUNICAR*, 403-409.
- Hernández-Sampieri, R. (2018). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTAS.
- Lanza, E. (2018). Mujeres periodistas y libertad de expresión. Discriminación y violencia basada en el género contra las mujeres periodistas por el ejercicio de su profesión. *Comision interamericana de derechos humanos*.
- María José De los Ríos, J. M. (1997). La mujer en los medios de comunicación. *COMUNICAR*, 97-104.
- Montiel, A. V. (2019). Violencia contra mujeres periodistas . *Inter disciplina vol.7 no.17 Ciudad de México* , 57-67.
- Quesada, S. G. (2020). El papel de la mujer en los medios de comunicación: discriminación en la inserción. *Universidad de Sevilla*.
- Robledo, D. A. (2020). Condiciones laborales de las mujeres periodistas en Tamaulipas. *Comunicación y Sociedad*, e7614. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7614>.