



FACULTAD DE POSGRADO

ANÁLISIS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE
INFORMACIÓN PÚBLICA Y DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN MUNICIPAL DEL
CANTÓN GUAYAQUIL DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2016

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Magister en Periodismo

Profesor Guía:

MSc. José Rivera Costales

Autor:

José Eduardo Chica Pincay

Año

2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de Titulación”.

José Alberto Rivera Costales

Magister en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología

C.I 0602928350

DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales y reglamentarias que protegen los derechos de autor vigente”

José Eduardo Chica Pincay

C.I 0907646210

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, quien ha sabido guiarme por el buen camino sin dejarme caer en la vanidad y el orgullo. Él siempre ha puesto en mi camino a personas con gran calidad humana y profesional como mi tutor, Magíster José Rivera Costales, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación ha logrado que culminen mis estudios con éxito.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a mis padres, aunque ausente (+), a mi familia, a mi esposa e hija. Ellos que siempre me acompañan y están presentes, dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar ante las dificultades, ni retroceder por los obstáculos del camino, e incluso, hasta prepárame para encarar las adversidades con fe y dignidad.

RESUMEN

La investigación se realizó con la finalidad de establecer los parámetros de gobierno digital utilizados por el Municipio de Guayaquil para relacionarse con la ciudadanía. Se realizó, por ello, un recorrido del estado del arte del gobierno electrónico para establecer la situación de su estudio a nivel local, regional e internacional.

A través de esta travesía se construyó un marco teórico que enlaza la gobernanza, el gobierno electrónico y el uso de las tecnologías sociales en tres ejes principales: la transparencia, la accesibilidad y la participación ciudadana en proyectos, procesos y políticas gestionadas por los Estados.

Para el análisis de este fenómeno se utilizaron algunos elementos del modelo planteado por Gil García (2012), viabilizados mediante la triangulación de tres técnicas de investigación: análisis de contenido, encuestas y entrevistas. Dichos instrumentos se aplicaron sobre los ciudadanos y los públicos estratégicamente conocedores de la realidad comunicacional del municipio guayaquileño, pero también se contrastaron con el responsable de gestión digital del propio Municipio de Guayaquil.

El primer problema que se describe, ya en los resultados, es el acceso limitado de la población a la información institucional, lo que deja un vacío en la conceptualización de la transparencia: apenas uno de cada cuatro encuestados participa activamente con la administración electrónica.

Estos datos reflejan que existe un reducido impacto de la información pública por su limitado acceso, uso y difusión en redes sociales. Las conclusiones señalan la necesidad de mejorar la gestión del Municipio de Guayaquil para lograr una mayor participación y un fortalecimiento de la imagen institucional en la red.

Asimismo, y de acuerdo a lo observado en los canales digitales, la información pública institucional no está relacionada en un alto porcentaje con lo que se publica en la web oficial, un aspecto que limita la visibilidad y disponibilidad de los mensajes institucionales y la participación de sus usuarios. Y eso a pesar de que el uso de las redes sociales es indispensable para mantener una relación cercana con los representados, así como para establecer sinergias y colaboraciones con otras instituciones y acceder a distintas fuentes del sector público.

Palabras Claves:

Comunicación pública, Comunicación digital, Información Pública, Redes Sociales, Web Social, Web 2.0, Periodismo Digital, Municipio, Administración Pública, Guayaquil, Contenidos, e-gobierno, gobernanza, gobierno digital, gobierno electrónico, municipio electrónico, tecnologías sociales

ABSTRACT

The research was conducted in order to establish the parameters of digital government used by the Municipality of Guayaquil to interact with citizens. Was made, therefore, a tour of the state of art of e-government to establish the status of their study at local, regional and international levels.

Transparency, accessibility and citizen participation in projects, processes and policies managed by states: Through this journey a theoretical framework linking governance, e-government and the use of social technologies in three main areas was built.

Content analysis, surveys and interviews to analyze this phenomenon some elements of the model proposed by Gil-Garcia (2012), made viable by triangulating three research techniques were used. These instruments were applied to citizens and public strategically savvy communicational reality of guayaquileño municipality, but also contrasted with the responsible management of own digital Municipality of Guayaquil.

The first problem, as described in the results, is the limited access of the population to institutional information, leaving a gap in the conceptualization of transparency: only one in four respondents actively involved in eGovernment.

These data show that there is a reduced impact of public information by their limited access, use and dissemination in social networks. The findings indicate the need to improve the management of the Municipality of Guayaquil for greater participation and strengthening institutional image on the network.

Also, according to what was observed on digital channels, institutional public information is not related to a high percentage with what is published on the official website, an aspect that limits visibility and availability of institutional messages and participation its users.

And that despite the use of social networks is essential to maintain a close relationship with those represented, and to establish synergies and collaborations with other institutions and access to different sources in the public sector.

Key Words:

Public Communication, Digital Communication, Public Information, Social Media, Social Web, Web 2.0, Digital Journalism, Municipality, Public Administration, Guayaquil, Content, e-Government, Governance, Government digital, Electronic Government, e-Municipality, Social Technologies.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO CONCEPTUAL.....	6
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.2. OBJETIVOS	7
1.2.1. Objetivo General.....	8
1.2.2. Objetivos Específicos	8
1.3. JUSTIFICACIÓN	8
1.4. VIABILIDAD LEGAL.....	10
2. BASES TEÓRICAS	12
2.1. ESTADO DEL ARTE.....	12
2.2. MARCO TEÓRICO	15
2.2.1. Gobernanza, transparencia y ciudadanía: El Gobierno Electrónico.....	15
2.2.2. El Gobierno Abierto	17
2.2.3. Gobierno electrónico: La gestión de los gobiernos locales sobre la información y comunicación pública en las plataformas digitales.....	20
2.2.3.1. Municipio Digital o Electrónico.....	22
2.2.4. Estrategias de Comunicación Digital para la Gestión Pública	23
2.2.4.1. La comunicación digital y su gestión	23
2.2.4.2. Comunicación política digital	23
2.2.5. El Acceso a la Información y el Servicio Público.....	24
2.2.5.1. La información pública	25
2.2.6. Las redes sociales digitales en los gobiernos abiertos	26
2.2.7. Estrategia para implementar redes sociales en un gobierno digital.....	29
2.2.8. Tecnologías sociales en el sector público.....	30
3. MARCO METODOLÓGICO.....	32
3.1. MÉTODO Y ALCANCE.....	32

3.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	33
3.2.1. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO: La captación de los significados institucionales	33
3.2.2. LA ENCUESTA: La descripción de las percepciones de los usuarios.....	35
3.2.3. LA ENTREVISTA: La confrontación de los resultados.....	36
3.3. POBLACIÓN DE ESTUDIO	36
3.3.1. Muestra	37
4. ANÁLISIS Y RESULTADOS	38
4.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO	38
4.2. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	42
4.3. ENTREVISTA: Director de Informática del Municipio de Guayaquil.....	64
5. PROPUESTA	66
5.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	66
5.2. SIGLAS E IMAGOTIPO	66
5.3. INTRODUCCIÓN	66
5.4. MISIÓN	67
5.5. VISIÓN	67
5.6. OBJETIVO:.....	67
5.6.1. Objetivo General.....	68
5.6.2. Objetivo Especifico	68
5.7. UBICACIÓN	68
5.8. JUSTIFICACIÓN	68
5.9. RECURSOS HUMANOS	69
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
6.1. CONCLUSIONES	70
6.2. RECOMENDACIONES.....	72
REFERENCIAS	73
ANEXOS.....	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Potenciales beneficios del gobierno abierto	18
Figura 2. Información Pública.....	25
Figura 3. Técnicas de investigación empleadas en la fase de campo	32
Figura 4. Formatos digitales de las cuentas de Facebook y Twitter del GAD Guayaquil (2016)	38
Figura 5. Relación, cobertura e interés ciudadano de las cuentas de Facebook y Twitter del GAD Guayaquil (2016).....	40
Figura 6. Volumen de información pública de las cuentas de Facebook y Twitter del GAD Guayaquil (2016)	41
Figura 7. Lugares de acceso a Internet de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	43
Figura 8. Dispositivos más frecuentemente utilizados por los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	44
Figura 9. Plataforma de la cuenta prioritaria en las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	45
Figura 10. Usos de las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	46
Figura 11. Prioridades del uso de las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	47

Figura 12. Temas de interés de la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	52
Figura 13. Disponibilidad de la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	53
Figura 14. Validez de la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sexo de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	42
Tabla 2. Edad de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	42
Tabla 3. Tipo de empleo de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	43
Tabla 4. Usuarios con cuenta en las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	44
Tabla 5. Dedicación de las cuentas en las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	45
Tabla 6. Frecuencia en el uso de las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	47
Tabla 7. Identificación de la información exhibida de la web institucional, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	48
Tabla 8. Identificación de los elementos gráficos o textuales de la web institucional, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	48
Tabla 9. Reconocimiento de la relación entre la dirección web y la institución, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	49

Tabla 10. Reconocimiento de la institución en las redes sociales, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	49
Tabla 11. Reconocimiento del sitio web oficial, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	50
Tabla 12. Uso de la web oficial municipal, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	50
Tabla 13. Distinción de los contenidos de la web oficial, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	51
Tabla 14. Reconocimiento de los vínculos y los accesos de la web oficial, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	51
Tabla 15. Calificación del uso de la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	54
Tabla 16. Calificación del servicio municipal, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	55
Tabla 17. Calificación sobre el acceso a la información, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	56
Tabla 18. Calificación sobre el tiempo de servicio, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	56

Tabla 19. Calificación sobre la recepción de solicitudes en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	57
Tabla 20. Calificación sobre los plazos de entrega de documentos, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	58
Tabla 21. Calificación sobre el diseño de la web institucional, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	58
Tabla 22. Calificación sobre la ayuda web, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	59
Tabla 23. Calificación sobre la presencia gráfica, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	60
Tabla 24. Calificación sobre la atención en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	60
Tabla 25. Calificación sobre el tiempo de respuesta a los trámites en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	61
Tabla 26. Calificación sobre la seguridad de la información en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	62
Tabla 27. Calificación sobre la utilidad de la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)	62

Tabla 28. Calificación sobre la importancia otorgada a la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016).....	63
--	----

INTRODUCCIÓN

En un inicio, la relación entre el poder, la política y la comunicación (Innis, 1951; Berlo, 1984) se describía como un proceso donde los actores políticos hacían el intento de comunicar su punto de vista para persuadir a sus audiencias; sin embargo, la comunicación digital plantea un modelo de comunicación dialógica horizontal y participativa (Cloutier, 2001; Pereira y Cadavid, 2010; Barredo, 2013).

Durante los primeros años de siglo XXI, se han tratado de resolver algunos problemas heredados de las gestiones anteriores, para asumir nuevos desafíos frente a nuevas realidades y contextos centrados en una convivencia social (Ramírez-Alujas, 2004; Denhardt y Denhardt, 2011). Varios conceptos y teorías se han aplicado para el análisis y conformación de la comunicación digital que utiliza la plataforma web para la creación de redes sociales.

Con la aparición de Internet, la comunicación de las instituciones y organizaciones ha necesitado de cambios radicales en las formas de gestionar y difundir la información, que van desde esquemas lineales y previsibles, a otros más abiertos donde se desarrolla el intercambio social con la conformación de sociedades virtuales (Campillo, 2010; Pauta, 2007; Plata, 2008; Ladrón de Guevara, 2010; Peña, 2011; Ramírez-Alujas, 2011 y Rojas, 2007), es decir, se fortalece la participación ciudadana por medio de redes, relaciones y flujos de información; permitiendo tomar acciones directas que transforman los intereses que se enfocan a contextos determinados.

Por consiguiente, cada ciudadano tiene la libertad de buscar la información a través de sus propios canales (Fernández y Paniagua, 2012; Banegas y Rivera, 2012); sin embargo, las plataformas oficiales son rechazadas por los usuarios debido al confuso mecanismo y la compleja usabilidad del sitio web (Albornoz y Rivero, 2007).

Las acciones de los usuarios de la red se ven influenciadas por la imagen digital de la red y sus intereses, los cuales interactúan tanto en el plano físico, como en el virtual (Rivera, 2010; Goffman, 2001). Todo ello —que se consolida en el plano institucional—, desarrolla comunidades por medio de modelos dinámicos que contribuyen al desarrollo social (Rivera, 2010).

Esta innovación hace que los Estados actúen en redes interdependientes autónomas para mejorar el servicio al público, lo que implica un cambio que conlleva un proceso más estratégico (Metcalfe, 1996; Nacke y Cellucci, 2013), estos condicionantes conllevan a pensar un gobierno abierto (Bonsón, Torres, Royo, y Flores, 2012; Calderón y Lorenzo, 2010; Ramírez-Alujas, 2011; Chun, Shulman, Sandoval, y Hovy, 2010).

En España y en algunos países de América Latina (Chile, México, Colombia, Panamá, Perú, Argentina), se han desarrollado proyectos e implementaciones digitales relacionados con la construcción de la participación ciudadana digital en los gobiernos locales (Vera, 2010); Moreno, Sin Triana, y Silveira, 2007; Resina de la Fuente, 2010; Díaz, 1996; Valenzuela y Bojórquez, 2015; Rochet, Keramidas, y Bout, 2008).

En estos trabajos referenciales, se promueve el gobierno abierto, de manera que se propende una mejora de la gestión pública, ya que la interacción de los usuarios que, en líneas generales, fomenta la participación democrática o gobernanza (Kaufmann, Sanginés, y García, 2015), es contemplada como un derecho que se cimienta en la transparencia, y que se erige como una herramienta indispensable para la toma de decisiones por parte de los líderes organizacionales.

Existen algunas iniciativas en Ecuador para el empoderamiento ciudadano, por medio de las herramientas tecnológicas y plataformas digitales, que estimulan la participación ciudadana.

En la Agenda de Conectividad de las Américas (2002) —basada en el Plan de Acción de Quito—, se establece que los gobiernos (municipios y prefecturas) deben implementar estrategias para la equidad y universalización de la información, la transparencia y la participación efectiva ciudadana.

Para ello se implementó un marco regulatorio —el primero en la región andina— en el que Internet se alentó como una herramienta de difusión informativa para el desarrollo socioeconómico, político y cultural (Conatel, 2002).

Entre las leyes más relevantes que permitieron respaldar estos procesos y consagrar el derecho de la comunicación ciudadana, se encuentran la Ley de Control Constitucional (Habeas Data) (2001), la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (2004), o el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010).

Asimismo, se establecieron algunas políticas públicas que garantizaron el derecho enunciado, entre las que destacan: la Agenda de Conectividad (2000); Internet para Todos (2002); el Plan de acción eLAC (2007); la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de Información; la Ordenanza que regula el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2005).

Aparatajes legales o escenarios de alta importancia simbólica en donde, como puede deducirse, se establecieron estructuras institucionales, programas de capacitación, modelos de acceso para la gestión de gobiernos locales, entre otros (Albornoz y Rivero, 2007).

La convergencia comunicativa, informativa, política y tecnológica se reproduce en los articulados de la Asamblea Constituyente (2008, p. 25), que exhortan de manera esquemática a abordar una perspectiva de solución como la creación de una Agencia de Comunicación y Data Marketing, una propuesta resultante de una restricción informativa en las redes sociales.

Este panorama se complementa con la apertura de varias propuestas de implementación de e-gobierno, para el fomento y el desarrollo de la inclusión de las plataformas digitales.

Entre ellos se encuentran los proyectos presentados por los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) de Tulcán, Azuay, Guayaquil, Quito y Loja, como los más destacados (Instituto Nacional de Pre inversión, 2014). También se han generado proyectos sobre sistemas de información transparente, gestores de conocimiento ciudadano para la toma de decisiones gubernamentales, como son CRATANET y Quito Digital, que han desarrollado el concepto de ciudad digital para educar a la ciudadanía y conectarse al mundo (Pauta, 2007).

El documento hace un recorrido por el estado del arte del gobierno electrónico o e-gobierno para establecer el recorrido y proyectos que permitan la construcción de categorías de investigación sustentadas y avaladas por otros estudios. Para su comprensión se abordaron concepciones de gobernanza, como el paraguas que cubre los componentes y beneficios del gobierno electrónico (Ramírez-Alujas, 2011), la conceptualización del e-gobierno explica los elementos constitutivos (Valenzuela y Bojórquez, 2015; Oszalak, 2013; Calderón y Lorenzo, 2010).

En este transitar teórico se definen los elementos que componen la gestión de la información y comunicación de los gobiernos locales a través de las plataformas digitales, para finalmente abordar el uso de las tecnologías sociales en la administración como herramientas de gestión de los municipios electrónicos. Dichos elementos se encuentran interconectados con el acceso, confianza y colaboración de la ciudadanía en relación a los proyectos y políticas del Estado (Gil García, 2012).

En base a las categorías teóricas generadas por medio del diálogo con los autores, se emplea una investigación descriptiva sobre el manejo de las redes sociales en la gestión municipal del GAD de Guayaquil y los resultados que se han observado en la ciudadanía, ya que según Rivera (2010), el panorama mediático de la redes sociales produce la transformación entre los contactos a través de la difusión de información pública.

La investigación que se desarrolla en las siguientes páginas emplea las técnicas del análisis de contenido, la entrevista y la encuesta, y a partir de su triangulación se establecen los parámetros de la planificación estratégica que para Kaufmann, Sanginés y García (2015) son los relativos a una gestión inteligente en las redes sociales. El uso estas herramientas da lugar al diagnóstico y las perspectivas conceptuales: se incorporó el enfoque de Plata (2008, p. 7) y el modelo de Gil García (2012), autores que sustentan los ejes alrededor de los cuales gira el proceso de investigación.

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Toda acción comunicativa digital depende de las estrategias políticas que adoptan los responsables de la comunicación, quienes ejecutan y gestionan sus propios procesos internos y externos (Armas Urquiza y Armas Suárez, 2011). Campillo (2011, p. 139) concibe la comunicación pública como un recurso eficaz para explicar, justificar y legitimar las acciones, decisiones y políticas asumidas por un gobierno.

En la última década, se ha incrementado el uso de las redes sociales en las instituciones, según señalan Criado y Rojas (2013, pp. 81-82). Entre otros beneficios, las redes sociales permiten a la institución mantener una interacción social directa, lo que ayuda a monitorear la proyección de la imagen, por ejemplo, o bien involucrar a los públicos referenciales dentro de la construcción del mensaje organizacional. Sin embargo, en otros casos, las redes sociales son utilizadas como un soporte de persuasión, incidiendo en las estrategias publicitarias de la institución, pero obviando una mayor interlocución y diálogo con la ciudadanía (Sánchez, 2011, p. 28).

En ese sentido, recordemos que la información es un derecho y recurso de los ciudadanos (Albornoz y Rivero, 2007, p. 197) y que, al emplear las redes sociales con fines únicamente promocionales, se infrutiliza su potencial como mecanismos de participación democrática, con lo que se reduce la conexión con los ciudadanos, como expone Artigas (2008, pp. 42-43).

De manera que el tipo de gestión escogida para la difusión de contenidos en las redes sociales, además de un problema epistemológico, es un proceso que depende en gran medida de la conceptualización anclada a la imagen institucional (Ladrón de Guevara, 2010).

Pero en el caso de las instituciones representativas contemporáneas, la comunicación se origina desde la retroalimentación, cuyo mecanismo implica un sistema idóneo de regulación social y de manejo bidireccional de la información pública (Kaufmann et al., 2015, p. 38), por oposición a esos otros sistemas en que se favorecía una difusión jerarquizada en que se reducía la construcción colaborativa de los mensajes.

Sobre la base de estos planteamientos teóricos previos, con este trabajo se propone analizar la gestión comunicacional municipal del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Guayaquil, con vistas a identificar los patrones de participación ciudadana, el uso organizacional de las redes, así como el tipo de gestión escogida por sus representantes institucionales.

Una aproximación que será de gran ayuda para entender los procesos de generación, difusión y promoción de contenidos en el ámbito ecuatoriano, dada la importancia simbólica, económica y política del cantón Guayaquil en el marco del Ecuador contemporáneo. Para ello, se ha fijado la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el grado de satisfacción de los ciudadanos guayaquileños con respecto a la gestión de la comunicación digital que maneja la Municipalidad de Guayaquil en redes sociales?

La respuesta a esta pregunta ayudará a entender cómo se desarrollan los procesos de integración de los usuarios dentro de la transparencia institucional, la participación democrática y la accesibilidad a la información.

1.2. OBJETIVOS

Para dar respuesta al problema planteado en esta investigación se han definido los siguientes objetivos del trabajo

1.2.1. Objetivo General

Determinar el grado de satisfacción de los guayaquileños con respecto a la gestión de la comunicación digital manejada por el GAD de Guayaquil en las redes sociales.

1.2.2. Objetivos Específicos

Identificar los ámbitos de interés público de los guayaquileños en redes sociales, a fin de relacionar la información pública difundida por el GAD de Guayaquil.

Determinar la importancia del uso de las redes sociales en el acercamiento ciudadano con el fin de optimizar los servicios públicos del GAD de Guayaquil.

Clasificar los tipos de formatos digitales y contenidos públicos que difunde el GAD de Guayaquil en redes sociales, a fin de determinar el volumen de la información pública que circula en las redes sociales.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La adopción masiva del Internet, desde 1995, ha generado una práctica popularizada y distributiva de información en la red, donde surgen espacios mediáticos gestionados por los usuarios quienes otorgan un valor comunicativo a la información (Barredo, 2013).

La realidad social exige a los gobiernos municipales hacer su mayor esfuerzo para mantener una comunicación pública activa y capaz de fortalecer el sistema democrático incorporando el manejo de redes sociales, con unos procesos informativos que aprovechan la gobernanza de la red e implican una responsabilidad periodística y social (Ladrón de Guevara, 2010).

La información genera contenidos que expresan la voluntad y el quehacer político de la administración pública, por esta razón el uso de las redes sociales es un factor importante en la construcción social para la gestión estrategias de difusión (Campillo, 2001, p. 149), lo que conlleva a obtener la confianza y emprender proyectos, en los que la jerarquización “se establece a través de la explicación y de la negociación del liderazgo” (Barredo, 2013, p. 45).

Ante ello, la institucionalidad de la comunicación pública pasa por el manejo periodístico que juega un papel muy importante en la autonomía y descentralización de las entidades públicas, que se encuentra regulada por los estatutos legales de los Estados (Gil-García, 2012).

En Ecuador, de acuerdo al artículo 7, de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública –LOTAIP (2004), la información pública debe ser difundida a través de un portal de información o página web; asimismo, se debe dotar a las personas de los medios necesarios para que esta disposición se cumpla. En este ámbito cabe recalcar que la Organización de Estados Americanos– OEA (2007, p. 35) afirma que este tipo de información es propiedad de los ciudadanos.

Para este estudio, la administración pública del GAD de Guayaquil se aborda desde el ámbito de la información pública y el uso en las redes sociales. El primer aspecto se refiere al contenido público que circula en la red (Demers y Lavigne, 2007); y, por su parte, el segundo describe el efecto social que se produce en las plataformas digitales (Criado y Rojas, 2013), debido a que el tratamiento, producción, edición y difusión de contenidos públicos ha ido creciendo conforme al avance y acceso de la tecnología en el Ecuador.

En la provincia del Guayas, aproximadamente un 64% de los ciudadanos tienen un acceso diario al internet y un 32.7% de manera ocasional; de los cuales un 49.8% son hombres y un 64.9% comprende a jóvenes entre los 16 y 24 años de edad, observando además que un 41.7% de usuarios se conectan a la Internet y redes sociales desde sus hogares (INEC, 2013).

No obstante, en la utilización de las tecnologías de la información deben dimensionarse las necesidades de los actores involucrados, así como los procesos y las características tecnológicas (Gumucio-Dagron, 2010). Recordemos que las redes sociales impulsan el diálogo y el debate, unos procesos generadores de la opinión pública que se consolidan con los intercambios que enriquecen simbólicamente a sus involucrados (Pereira y Cadavid, 2010).

De manera que se puede concluir que su uso es cotidiano, motivo por el cual es indispensable plantear estrategia mediáticas para llegar a los estratos sociales y responder a las demandas sociales acorde a su necesidad e importancia informativa, de las audiencias del GAD de Guayaquil.

1.4. VIABILIDAD LEGAL

Para este proyecto, la viabilidad legal se sustenta en los siguientes documentos:

- Constitución de la República del Ecuador
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública
- Ley de Comunicación
- Manual de Estilo Periodístico
- Manual de uso de Redes Sociales del GAD Guayaquil.

En concreto, de la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2008), el trabajo se fundamenta en la sección tercera de Comunicación e información en los artículos 16, 17, 18, 19, 47 y 57, que determina que la comunicación debe ser libre, incluyente y participativa y que permita el acceso libre de la ciudadanía, lo que concuerda con la Ley Orgánica de Comunicación – LOC (Reg. Of. N° 22, 2013), que en sus artículos 13, 14, 17, 29, 34-38, obliga a los gobiernos a diseñar plataformas digitales incluyentes para los ciudadanos, con información pertinente y veraz.

En este mismo cuerpo legal, en el artículo 18 se recalca sobre el libre acceso de comunicación e información, así como la obligación de la entidades públicas a no tener reserva de información, a lo que se suman los artículos 8, 18-22, 20, 30, 62, 8, 97, 100 y 102, que fomentan la transparencia sobre la información y las acciones emprendidas por la función pública.

Este artículo se hace eco en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública – LOTAIP (2004), en el artículo 5, 7 y 9, se decreta que la información pública debe ser difundida a través de un portal de información o página web. A esta legislación se suma el estilo periodístico para el manejo de la información, así como el Manual de uso de Redes Sociales del GAD de Guayaquil.

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS

2.1. ESTADO DEL ARTE

En el Ecuador existen algunos estudios enfocados al gobierno electrónico o el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) por el Estado ecuatoriano. Por lo general, se encuentran estudios para el fortalecimiento de aprendizaje basado en las Tics que han sido desarrollados por el Gobierno (Peñaherrera, 2011; Marín Gutiérrez, Rivera Rogel, y Celly Alvarado, 2014), donde se evalúan los impactos que han tenido en la población estos proyectos, mientras que Ester Schiavo, Quiroga, Carceglia, Coppolecchio, y Cravacuore (2001), hacen una aproximación de la instauración de la práctica digital en los ciudadanos ecuatorianos.

Otro estudio sobre tecnologías y gobierno es el de Cristóbal Minalla (2011), quien enfoca su investigación en los avances tecnológicos en el Ecuador y recalca que la primera institución estatal en introducir, en el año 2008, servicios de acceso a internet, fue la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT S.A.), y cómo a partir de ese momento el 60% de compras tecnológicas lo hace el Gobierno (p. 19). (Jiménez, 2010), en su estudio, concluye que en el país se han hecho grandes esfuerzos para la implementación de las Tics en varios ámbitos, y que a partir del “Socialismo del siglo XXI” (p. 94) hay un apoyo mayor enfocado al desarrollo ciudadano.

Por otra parte, Belén Albornoz (2007), en el libro titulado *Experiencias andinas de gobierno electrónico: La problemática de la participación ciudadana*, sobre la base de un estudio de las visiones de gobierno electrónico implementadas en el Municipio de Quito, en el que se analiza la forma que el Municipio replica su gestión por medio de la web para establecer la efectividad y grado de participación ciudadana en proyectos, programas y gestión de políticas públicas, concluyendo que los ciudadanos tienen poco conocimiento sobre los beneficios de estos servicios ya que el acceso se encuentra restringido.

Albornoz y Rivero (2007), por su parte, abordan la problemática del Municipio de Quito (Ecuador) sobre las experiencias del uso de plataformas digitales, en un trabajo que señala que la participación social no tenía adecuadas opciones, ya que no lograban la interacción con las autoridades por la imprecisión en la interlocución de sus autoridades. En este contexto, los autores plantean algunas interrogantes importantes como “Internet, ¿puede ser una herramienta para la gobernabilidad? ¿Posee el potencial de transformar las relaciones entre los ciudadanos, sus autoridades y las empresas?” (p. 104), ya que no se trata de una tecnología neutra, sino de una tecnología cargada de sentido y discurso, conectada a una función, ya sea esta comercial, gubernamental o educativa.

Con respecto al gobierno electrónico en el país, Dinsdale, Chhabra, y Rath-Wilson (2002), en su libro *Guía práctica para el gobierno electrónico: cuestiones, impactos y percepciones*, presentan los resultados de un estudio comparativo del caso ecuatoriano con respecto de Costa Rica y Chile sobre las demandas, confianza y accesibilidad (principales ejes del gobierno electrónico), la oferta, los objetivos, las metas, los usuarios y la evaluación sobre la gestión, concluyen que el país no cumple con todas las condiciones para que este tipo de gobierno tenga una aceptación completamente efectiva y fortalezca la democracia, aun cuando su visión está bien formulada y se encuentre ligada a la Agenda de Conectividad (Conatel, 2002, pp. 25-30).

En el ámbito internacional existen varias investigaciones sobre el gobierno electrónico en América Latina y el mundo. La CEPAL, con los autores Alejandra Naser y Gastón Concha (2011) publicaron un libro sobre el gobierno electrónico en la gestión pública, donde se explican la evolución, tendencias y beneficios de su implementación, y presentan la correlación de los elementos para la planificación de las estrategias del gobierno electrónico. Gil-García (2012), basado en un estudio comparativo de varios países, presenta un modelo para su implementación y evaluación.

Otros autores (Concha y Naser, 2012; Quiroga, 2005; Yáñez y Villatoro, 2005; Escobar, Triana y Netto, 2007; Lara, Pina y Torres, 2013) exponen investigaciones sobre los desafíos de su implementación, la operatividad, la gestión de este tipo de gobierno, a partir de estudios de casos comparativos a nivel mundial (Australia, Canadá, Estados Unidos, México, España), para establecer beneficios, problemas y desafíos; y, en líneas generales, concluyen que la rendición de cuentas es un factor importante, sin embargo el indicador de mayor desarrollo es el de imagen política en relación con su entorno.

A nivel regional, se han realizado estudios de los e-gobiernos más significativos y relevantes para la región, en los que la tendencia de modernización y transformación a nivel mundial con la inclusión de las Tics, en América Latina a nivel local y regional reflejan buenas prácticas como son los casos de Chile, México, Brasil, Argentina (Chateau, Márquez, y Gutiérrez, 2003; Abelló, 2008; Villoría y Ramírez-Alujas, 2013; Cattafi, Sanoja, Carballo, y Zambrano, 2008; Naser y Concha, 2011; Bernazza y Longo, 2014),

Mientras que en otros países como Venezuela, Colombia, Uruguay y Perú (Gelanzé, 2014; Neyra, 2010; Hernández, 2009) y algunos países de Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Panamá) (Cortés, Cardona, y Wong, 2014; Moreno et al., 2007).

Aún se encuentran en la fase de soluciones transaccionales, se observa, según los autores de estos escritos, que se van desarrollando nuevas iniciativas, que despuntarán positivamente con el pasar del tiempo. Cabe recalcar que estos países han desarrollado diferentes marcos legales que permiten poner en práctica el gobierno electrónico (Goldstein, 2009; Amoroso, 2011; Reyes, 2011; Sacristán, 2009).

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Gobernanza, transparencia y ciudadanía: El Gobierno Electrónico

La gobernanza se puede comprender como “un conjunto de arreglos institucionales mediante los cuales se adoptan y ejecutan las decisiones públicas en un entorno social determinado y dada vez más complejo” (Ramírez-Alujas, 2011, p. 104). En ese sentido, este conjunto de procesos institucionales se basa en un modelo asociativo de redes, en el cual la ciudadanía tiene un papel preponderante (Kaufman, 2005), de modo que para su implementación precisa de una planificación estratégica de la administración pública.

Dicha planificación incluye la toma de decisiones, los servicios y la información necesarios para la vida cotidiana. Por lo general, está conformada por una comunidad digital con varios grupos asociados, sean estos de los sectores económicos, culturales, educativos, de salud, entre otros, según describe (Kaufman, 2005). La gobernanza se forma desde el nivel de credibilidad de los procesos de la administración pública, en la cual el Estado no ocupa el papel central, aun cuando sea el actor más importante (Girard, 2002).

Las estructuras sociales modernas se conforman en redes digitales (Castells, 2010), donde los gobiernos tienen su espacio de direccionamiento de acuerdo con la capacidad de manejo, orientando la comunicación a sus audiencias, legitimando así su autoridad en una relación abierta entre la administración pública y los ciudadanos, por medio de interacciones eficaces (Villoría y Ramírez-Alujas, 2013).

En consecuencia, cada tipo de gobierno desarrolla un modelo para sus acciones en las plataformas digitales: unos serán eficaces y efectivos, y otros, más bien, buscarán rendir cuentas o trabajar desde los conceptos de participación y colaboración (Codagnone y Konstantinou, 2012; Ramírez Alujas, 2011; Sæbø, Rose, y Nyvang, 2009).

En la administración electrónica se otorga un valor importante en la agilidad y accesibilidad a los procesos, de manera amigable, con servicios rápidos y simples para los trámites esenciales (Coursey y Norris, 2008). El dinamismo en la respuesta, la resolución de las cuestiones esenciales planteadas por los ciudadanos, ayudan a estimular una opinión pública más fluida, donde se establecen de manera cotidiana las relaciones bidireccionales entre representantes y representados, lo cual redundará en beneficio de la sociedad en su conjunto.

Mientras que, por su parte, a través del gobierno electrónico, la administración rinde cuentas, porque es un gobierno abierto, transparente, que se preocupa por el derecho del conocimiento del ciudadano responsable (Drüke, 2007), es decir, aquel usuario activado que demanda una mayor interacción institucional. Y ese contacto entre los gobernantes y los gobernados —mediado, como indicábamos, a través de la ciberesfera—, permite una construcción de una “buena gobernanza y calidad democrática” (Villoría y Ramírez Alujas, 2013, p. 76).

La información, la transparencia — que permiten al ciudadano auditar los procesos, como explica Mariñez, 2013) — y los valores, promueven la integridad gubernamental a través de las tecnologías de la información y comunicación; en estos espacios, los ciudadanos juegan un papel activo, controlando los procesos (Vanhommerig y Karré, 2014).

Una ciudadanía activa e involucrada es la base de la gobernanza participativa y colaborativa que impone los modelos de gobiernos abiertos, que incluyen métodos de diálogo, gestión pública y negociación (Bingham, 2010), donde la información es respetuosa, responsable, inclusiva e imparcial a través del uso de las plataformas digitales (Jarvis, 2012).

Asimismo, es importante recalcar la necesidad de reducir las barreras de acceso “técnicas, auditivas, visuales, semánticas y de lenguaje” (Villoría y Ramírez Alujas, 2013, p. 78), algo que se erige entre las principales ventajas del llamado ecosistema digital, donde las TICs al servicio de la ciudadanía ayudan a erosionar las barreras levantadas desde problemáticas de acceso.

2.2.2. El Gobierno Abierto

La conceptualización de gobierno abierto se encuentra en construcción, sin embargo, los elementos principales son “la transparencia, la participación, la colaboración y la rendición de cuentas” (Valenzuela y Bojórquez, 2015, pp. 126-128) y un control social permanente por parte de los ciudadanos (Oszalak, 2013, p. 4). Para Calderón y Lorenzo (2010), la característica más importante de un gobierno abierto es el diálogo entre los ciudadanos y los funcionarios para la toma de decisiones, sin olvidar que todo ente regulador se encarga de establecer las reglas del juego.

El paso hacia un gobierno abierto, y confiable, implica cambios de estructuras, apertura de canales, modificación organizacional, cambio de cultura corporativa, transparencia en la información y, sobre todo, el establecimiento de estrategias innovadoras para que el ciudadano acceda y se involucre en los asuntos públicos facilitando el acceso transparente a la información pública de calidad, actualizada, pertinente y oportuna (Pando, Fernández, Calamari, Nacke, Stalker, Poggi, Deleesnydor, 2013).

Esto incluye determinar los niveles de monitoreo e influencia de los ciudadanos en los procesos (Meijer, Curtin, y Hillebrandt, 2012), desde las plataformas digitales que utilice cada gobierno (Gascó, 2013). Todo gobierno abierto debe primero transformar internamente la organización —para evitar la resiliencia—, convertirlo en un sistema que se adapte a los continuos cambios del entorno (Rochet et al., 2008). Particularmente, debe apartarse de la burocracia —que se identifica por estar conformada de micropoderes—, y tener en cuenta el tipo de estrategias para la difusión de la información y comunicación; no olvidemos que el desarrollo o utilización de aplicaciones digitales puede favorecer a la instrumentación, ya que ninguna tecnología es neutra (Valenzuela y Bojórquez, 2015).

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2010) ha establecido seis beneficios en la implementación de las estrategias de gobierno que establecen las características de los gobiernos abiertos:



Sobre la base de estos beneficios, Ramírez-Alujas (2011) define tres características: la transparencia, la accesibilidad y la capacidad de respuesta o receptividad. Pando et al. (2013), por su parte, las denominan como transparencia, participación ciudadana y colaboración, desde la perspectiva institucional, política y digital.

De acuerdo con Oszlak (2012), conceptos como la transparencia o la participación deben ser implementados no solo dentro de la institución, sino que han de estar relacionados con la visión tecnológica que fortalezca el acceso libre de los ciudadanos.

De esa manera, siguiendo a este autor, la transparencia se relacionará con el tipo de información pública, la relevancia y la calidad de la misma. La participación o accesibilidad, entonces, con la capacidad de inclusión de los ciudadanos en la gestión y política pública: para lograr el empoderamiento se debe fortalecer la participación dialógica y respetuosa en las redes sociales.

Finalmente, la colaboración o capacidad de receptividad se vincula con el intercambio de información, que a su vez se medirá en la capacidad de procesamiento de los datos disponibles para el público, es decir, la respuesta a las ideas y necesidades ciudadanas.

En resumen, el Gobierno abierto es la transformación del gobierno proveedor de servicios, a un entramado institucional de gestores de plataformas de innovación social, porque no solo provee información, sino que además cumple con una serie de requisitos que le permiten contar con la credibilidad, la confianza y la seguridad de sus audiencias (Ramírez Alujas, 2010).

2.2.3. Gobierno electrónico: la gestión de los gobiernos locales sobre la información y comunicación pública en las plataformas digitales

Al hablar de gobierno electrónico, nos referimos en concreto a todos esos programas del accionar público en que, de manera prioritaria, se utilizan las plataformas digitales de acuerdo a tres orientaciones básicas: el mejoramiento de la relación entre ciudadanos, empresas y gobierno; un incremento de la eficacia y efectividad de la gestión interna; y, por último, la potenciación de las dinámicas de gobernabilidad (Sancho, 2002).

Este estudio, en ese sentido, se referirá particularmente al tercer eje, ya que el primero conlleva un cambio en la equidad social y el segundo eje, por su parte, aun cuando se reconoce el uso de las Tics, se adscribe a la estructura y mejora de la cultura organizacional.

El tercer eje, esto es, la potencialización de las dinámicas gubernamentales a través de las Tics con el fin de lograr una buena gobernabilidad, debe abordarse desde la detección y el análisis de las demandas y las necesidades de las audiencias en términos comunicacionales. Su beneficio se relaciona, básicamente, con la legitimidad que confiere a los representantes establecer sinergias colaborativas con los representados. Hay algunos procesos u orientaciones conceptuales que ayudan activamente a la materialización de esa buena gobernabilidad que enunciábamos anteriormente.

El primero de ellos es la legalidad, la cual se fomenta con el establecimiento de mecanismos de auditoría pública; asimismo, la dotación de elementos de transparencia activa, es decir, el estímulo de la navegación y el conocimiento por los servicios que ofrece la organización. Otro aspecto de relevancia es el acceso a la información de calidad, que alienta una mayor receptividad e integración de los gobernados en las orientaciones globales de la institución.

Asimismo, también favorece la capacidad que tendrá el gobierno de anticiparse a las preferencias de sus usuarios frente a la gestión pública, generando una mayor eficiencia que sin duda redundará en la satisfacción de las demandas ciudadanas con el servicio público. Por último, cabe citar la eficiencia con la satisfacción del ciudadano en relación a las estructuras y sus actuaciones. Pues bien, cada una de las esferas descritas puede ser implementada y mejorada con el uso de las Tics (Sancho, 2002).

En consecuencia, el gobierno electrónico es el medio idóneo para maximizar la relación entre las autoridades y los ciudadanos, porque agrupa un conjunto de sistemas o plataformas previamente planificadas para incorporar aspectos consustanciales a la cohesión social como la tecnología, las redes de cómputo y el software, aspectos que permiten brindar servicios públicos de manera más eficiente y eficaz (Bonina, 2005, pp. 2-3).

De ahí que la apertura de procesos innovadores en la administración pública (conocida como open process), el uso de las redes sociales y las plataformas para la participación (también llamado Gobierno 2.0), facilitan la comunicación y la interacción, aprovechando el conocimiento y la experiencia de los ciudadanos para colaborar en el diseño, ejecución de políticas, el aprovisionamiento de los servicios públicos y la contribución (en red) dentro y entre las administraciones públicas, más allá de los contenidos (Ramírez, 2013, pp. 4-6).

2.2.3.1. Municipio Digital o Electrónico

De acuerdo con Sánchez y Rincón (2004), un modelo de gestión de gobierno implementa servicios, hacia la comunidad, a través de diversos canales y, asimismo, diseña servicios complementarios para mejorar la relación comunidad-municipio: nos referimos en particular a un modelo innovador que incorpora a las Tics, y nace de la conceptualización del gobierno electrónico.

Sus beneficios están dados en la calidad de información que presenta y en la disminución de errores tiempos de espera en los procesos ciudadanos. Hace uso de las plataformas digitales para relacionarse con sus audiencias y consolidar servicios que generan confianza.

El modelo innovador en el sector público se refiere a las nuevas ideas que involucran nuevos quehaceres que son la respuesta a necesidades o problemas específicos, estimulan cambios en las prácticas, en los procesos y los productos que, a su vez, generan un valor agregado y fortalecen la institución, ya que mejoran la calidad de vida de los ciudadanos, evaluados por medio de indicadores de eficiencia y calidad en la prestación de servicios públicos (Ramírez Alujas, 2010).

De acuerdo con Windrum y Koch (2008), la innovación va más allá de la prestación de servicios: son mejoras en las formas de interactuar y las fuentes de donde se obtiene la información. Estas innovaciones deben darse en los procesos y servicios existentes como la introducción de nuevas herramientas de gestión de información; en las formas de hacer las cosas que finalmente conllevan a innovaciones de transformación que se desarrollan con el tiempo y que cambian la gobernanza; la rendición de cuentas; los derechos y responsabilidades de los usuarios, esta última es la razón de la existencia del gobierno abierto (Mulgan y Albury, 2003).

2.2.4. Estrategias de Comunicación Digital para la Gestión Pública

2.2.4.1. La comunicación digital y su gestión

Según Cerezo, Rojas, Gelado, Orduña, Antúnez, Moral y Casas-Alatriste (2007, p. 18), la comunicación 2.0 se centra en el usuario que participa activamente. Sus características principales son la orientación estructural a Internet —que garantiza la movilidad y acceso a varias plataformas digitales—, con aplicaciones que mejoran la experiencia de interacción y que estimulan los principios de colaboración y la generación de comunidades de usuarios, donde se desarrolla la esfera pública mediante la cooperación, la compartición, la confianza asignada al otro y, en general, la creciente implementación de un espacio de encuentro colectivo gratuito, descentralizado y de rápida o instantánea difusión.

La interrelación de los factores enunciados permite que los usuarios se autoorganicen en estructuras sociales (Fumero, Sáez, Cerezo, y Roca, 2007) denominadas comunidades virtuales (Caldevilla, 2010; Castells, 2016). La gestión de la comunicación digital se realiza a través de modelos horizontales, debido a que los usuarios demandan una información de calidad, de fácil acceso y con rapidez, es decir, mediante una plataforma donde el lector sea un participante activo (Moreno, 2007; Navarra, 2011, p. 11). La meta es establecer un interlocución donde se desarrollen relaciones, se compartan necesidades, y los individuos sean partícipes en este diálogo interconectado (Castells, 2010).

2.2.4.2. Comunicación política digital

La comunicación política se basa, fundamentalmente, en compartir la información pública entre los individuos interesados alrededor de una organización (Canel y García, 2013).

Para tal fin, la tecnología brinda la oportunidad de utilizar las plataformas digitales para obtener una interacción de manera rápida y eficaz (Caldevilla, 2009); este tipo de comunicación facilita su transmisión y, a la vez, el diálogo entre el poder y los ciudadanos, por medio del intercambio de opiniones y contenidos.

Las organizaciones pueden proporcionar a sus audiencias todo tipo de información y, entre tanto, interactuar socialmente en redes digitales afianzando proyectos, ideas y políticas para reforzar la relación Gobierno-ciudadanía (Canel y García, 2013). Se trata de una acción mediada, donde los ciudadanos son partícipes directos; un ejemplo interesante son las redes sociales, ya que aportan nuevas formas de hacer y pensar las políticas, intervenir y comprender los cambios culturales (Caldevilla, 2009).

Según Canel (2009), la comunicación política a través de las redes sociales se compone de dos ejes: la transversalidad y la receptividad. El primero de ellos interviene en la organización; el segundo, por su parte, se refiere a la inclusión de nuevas tecnologías por los beneficios que implican. Para que dicha comunicación resulta efectiva, hay que buscar métodos de monitoreo y diagnóstico que se centren en analizar el discurso, los destinatarios, el mensaje, las herramientas, la visibilidad y el interés que se puede generar en las audiencias (Caldevilla, 2009), con las acciones obviamente emprendidas de manera planificada.

2.2.5. El Acceso a la Información y el Servicio Público

En el caso ecuatoriano, la Constitución de la República (Asamblea Constituyente, 2008) garantiza el acceso a la información pública, el cual debe facilitarse, porque se considera como parte de los servicios públicos; de manera sincrónica, converge con la ciudadanía, según el eje de los contenidos y las dimensiones del ejercicio del poder (Pando et al., 2013, p. 9).

Esta actividad es parte de la gestión pública o privada, regulada por el Estado y garantiza “la debida satisfacción del interés general o colectivo, bajo los principios de continuidad, mutabilidad e igualdad de usuarios” (Yanome, 2008, p. 696).

En otras palabras, la relación del acceso a la información pública y el servicio público facilitan la gestión participativa en la red, cuyo objetivo es proporcionar acceso al conocimiento y experiencia de los ciudadanos con el fin de ayudar en el debate del diseño y ejecución de las políticas públicas (Albornoz y Rivero, 2007, p. 20).

2.2.5.1. La información pública

La información pública está enmarcada a través de la estructura orgánica funcional que rige en el país, de manera constitucional y legal, como son las leyes del Servicio Público, de la Administración Pública, de la Transparencia y Acceso a la Información Pública.



A saber, la composición y conceptualización del mensaje resulta la parte fundamental del proceso; por lo tanto, la información pública se torna un elemento de intercambio cultural en medio de la interacción, es la principal gestora de datos para el perceptor, y forma parte del desarrollo social por ser considerada como derecho y recurso de los ciudadanos (Albornoz y Rivero, 2007, p. 197).

2.2.6. Las redes sociales digitales en los gobiernos abiertos

Para establecer los usos y aplicaciones de las redes sociales en los gobiernos locales, se debe conceptualizar el término redes sociales digitales; Ellison y Boyd (2007) las consideran como un conjunto de servicios donde los ciudadanos se pueden articular y relacionarse, mientras que Kaplan y Haenlein (2010) lo completan incluyendo la idea de aplicaciones alojadas en diversas plataformas de la web, que generan contenidos a través de la interacción e intercambio de los usuarios.

Por su parte, Chun et al. (2010) integran en dicho concepto a la participación activa, la organización, la valoración y la vinculación de los participantes. En último lugar, Criado y Rojas (2013) las definen como herramientas de uso cotidiano, por esta razón para las administraciones públicas son unas plataformas de interacción muy importantes que ayudan a establecer un contacto con los ciudadanos.

Con el avance del siglo XXI, los gobiernos municipales ecuatorianos incluyeron la tecnología de punta con el fin de mejorar los servicios públicos, pues las exigencias tecnológicas empujaban a la gestión pública a mejorar su labor (Fernández y Deleersnyder, 2013).

Hay que resaltar que las Tics juegan un papel importante en el mejoramiento de los contenidos y coberturas de los servicios públicos (Poggi, 2013), ya que se ajustan a sus modelos, posibilitando la reformulación de los quehaceres, a través de las “herramientas, técnicas y soportes” de acceso a la información (Demers y Lavigne, 2007, p. 67).

Entonces, el desarrollo de estrategias planificadas habilitará la consecución del objetivo de conseguir la apertura de las administraciones públicas hacia las expectativas de los representados (J. Ramírez, Rincón, y Romero, 2010).

Retomando el enunciado primigenio sobre las redes sociales de Durkheim¹ (1958, citado en Capón, 2012, p. 7), la interacción entendida como un fenómeno social se estructura orgánicamente a través de la participación ciudadana, que se profundiza con las Tics y consigue una responsabilidad compartida en las tomas de decisiones y en el control de la gestión.

Esta participación debe ser promovida por los gobiernos electrónicos desde la responsabilidad y la formación cívica (Kaufman, 2013), porque estas son herramientas que no solo posibilitan la difusión de la información pública, sino que instauran la idea de una consciencia de interacción e involucramiento de la ciudadanía, cuyo propósito es el trabajo con la comunidad y la promoción de la transparencia a través del acceso libre de la información, lo que a largo plazo es una práctica de compromiso entre el ciudadano y el gobierno local (Pando et al., 2013).

En este sentido, la presencia de las redes sociales en la gestión pública, proporciona el imaginario de observar de cerca la realidad, incorporando una visión constructivista del discurso (Lozares, 1996, p. 104). Cleary (2011) articula las redes sociales al rol de la gestión pública, mediatización que reduce la relación vertical del discurso y establece una acción social integrada a la participación ciudadana; en otras palabras, sin ciudadanía involucrada en las redes sociales no hay transparencia en la gestión municipal, por ende, la sociabilidad de la información pública va acorde con la interacción en las redes sociales.

¹ Entendido a la red social no solo a través de la emergencia de las plataformas tecnológicas, sino en términos generales como un tejido de relaciones entre sujetos.

En consecuencia, la responsabilidad de implementar un modelo sistémico de comunicación que acople el rol de las políticas públicas y acredite la funcionalidad de los valores sociales, es trabajo del gobierno electrónico o municipio digital, ya que su distribución persigue el equilibrio entre los insumos posteados y demandas o apoyos provenientes de la población digital (Parra, 1983, p. 80), como resultado se genera una interacción tecnológica con la gestión de los contenidos y la gobernabilidad en la red.

Las redes sociales constituyen un catalizador social para la apertura ciudadana, pues como expresión social abren el espacio para la creación, participación, colaboración y consumo de contenidos en formatos estándar, abiertos, interoperables y de interés común (De la Peña Aznar, 2014, p. 101).

Dentro de la visión del constructo social o cultura digital, se tiene un flujo de datos: es la información original y, a medida que se relacione, va adquiriendo sentido y valor público hasta alcanzar el término de fuente de información, lo que promueve, la innovación del uso o reuso de los contenidos publicados, sean sonidos, imágenes, animaciones, textos o videos.

En definitiva, la naturaleza del dato encierra una representación tangible que avala la idea, concepto, conocimiento, fórmula o diseño (Bosch, 2014). Los gestores de datos —el gobierno local en este caso específico—, proporcionan información en el contexto de sus competencias civiles, legales y jurídicas, los mismos que deben ser útiles como relevantes para los ciudadanos (Pando et al., 2013, p. 4).

En el contexto de las redes sociales, estos datos —o diferentes tipos de documentos en cualquier formato—, y los soportes, deben estar custodiados por personas jurídicas responsables definidas por la Ley (LOTAIP, 2004).

2.2.7. Estrategia para implementar redes sociales en un gobierno digital

La implementación de las redes sociales en las administraciones públicas se proyecta los factores de éxito en el sector público. Gil-García (2012) planteó un modelo base para su enfoque llamado Enacting Electronic Government Success (EEGS), orientado al trabajo de los gobiernos electrónicos. Para este modelo, no solo importan las herramientas y aplicaciones (ya que estas no actúan por sí solas): las acciones y prácticas de la institución, así como el entorno son factores que influyen en su desarrollo.

El modelo EEGS tomará en cuenta tres condiciones (Gil-García, 2012): la primera, que comprende la legalidad, reglamentos, control político, la cultura y las estructuras del entorno donde se desarrolla el gobierno electrónico.

La segunda, las características de la organización, el tamaño, las estrategias de gestión, el personal dedicado a los procesos digitales, los canales de información y el servicio. Finalmente, la tercera el condicionante de entorno ambiental que afecta a la tecnología.

Para su desarrollo, Gil-García (2012) plantea como objetivo el éxito de la implementación de las redes sociales en el municipio electrónico, donde deben determinar los factores de éxito, las estructuras, procesos y arreglos a tenerse en cuenta.

Por otro lado, es necesaria la parte operativa, es decir, los modelos de gestión, los objetivos estratégicos, las acciones para la implementación y la promoción de su uso, y la especialización de personal para el control de las mismas. También se deben establecer arreglos institucionales como leyes, criterios normalizados, dirección de las políticas; por último, las condiciones mínimas ambientales como son presupuestos, grado de desarrollo tecnológico y la demografía de sus usuarios (Criado y Rojas, 2013).

Las herramientas digitales, en este caso las redes sociales, se ven mediadas por factores políticos e institucionales, pero puede darse el caso de que las dinámicas de las redes cambien los parámetros de las instituciones (Fountain, 2004). Las administraciones públicas regulan y organizan las dinámicas de sus aplicaciones, por lo que las convierten en una extensión de la burocracia institucionalizada, y en esos casos estas implementaciones digitales pierden valor simbólico (Criado, 2013).

2.2.8. Tecnologías sociales en el sector público

Las tecnologías sociales son de enfoques heterogéneos y se incorporan en el ámbito de las relaciones profesionales, personales e institucionales (Castells, 2016). Entre las más destacadas se encuentran los blogs, las wikis, LinkedIn, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, SlideShare, Flickr y YouTube; cada una, evidentemente, con sus particularidades.

Según Mergel (2012, pp. 9-37), las tecnologías son útiles para la administración en varios aspectos como herramientas para generar contenidos abiertos, sistemas de gestión en las intranets corporativas y en las redes sociales, las cuales facilitan que los contenidos creados colectivamente se puedan actualizar de una manera rápida; como por ejemplo, distribuir documentos en GoogleDocs, presentaciones en SlideShare, fotografías en Flickr / Instagram, o vídeos en YouTube.

En estas plataformas se puede valorar, opinar, etiquetar, son de fácil acceso y centran su atención en la reputación de sus autores dentro de la comunidad de usuarios (Sanz, 2003). Las administraciones públicas utilizan las redes sociales profesionales para localizar a los mejores candidatos y cubrir puestos administrativos, obteniendo una mayor cantidad de información antes de realizar una entrevista. Según Criado (2013, p. 20), los profesionales públicos pueden ofrecer sus servicios de una manera directa, manteniendo el contacto con otros profesionales.

Las redes de opinión, intercambio y organización como Facebook, tienen la función de evaluar la participación por medio de métricas sobre los seguidores, las tendencias e intereses de los usuarios, y se orientan a la proyección de una imagen comunicativa, cuyos elementos constitutivos por lo general son muros sociales, identificación, imagen de presentación o la información que se desea destacar (Tilly y Wood., 2010), fotos, videos, interacciones, aplicaciones, recomendaciones y la gestión de comentarios, como los más relevantes.

Las redes de difusión tienen un valor informativo alto, ya que permiten difundir información trascendental en pocos caracteres (en el caso de Twitter, la más popular, apenas 140 caracteres de texto). Dichas redes tienen una dimensión profesional, instantánea, viral; asimismo, estimulan el envío de una retroalimentación casi inmediata acerca de las propuestas, mensajes o anuncios realizados (Fainholc, 2011).

Los elementos destacados son la marcación de publicaciones, seguidores, a quién seguir, tendencias, orden cronológico de los mensajes, sugerencias de intereses comunes, listas, notificaciones, buzones, mensajes internos, entre otros. Cada una de estas herramientas puede ser medida, evaluada con programas específicos con un coste variable.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODO Y ALCANCE

La presente investigación es de carácter transversal, porque el levantamiento de la información se dio durante el primer semestre del año 2016. Asimismo, posee un alcance exploratorio, ya que se pretende realizar un diagnóstico del tipo de gestión comunicativa digital que desarrolla uno de los GAD más complejos del contexto ecuatoriano, como es el de Guayaquil.

Se han empleado, por ello, tres técnicas, cuyos rasgos más sobresalientes se describen a continuación:

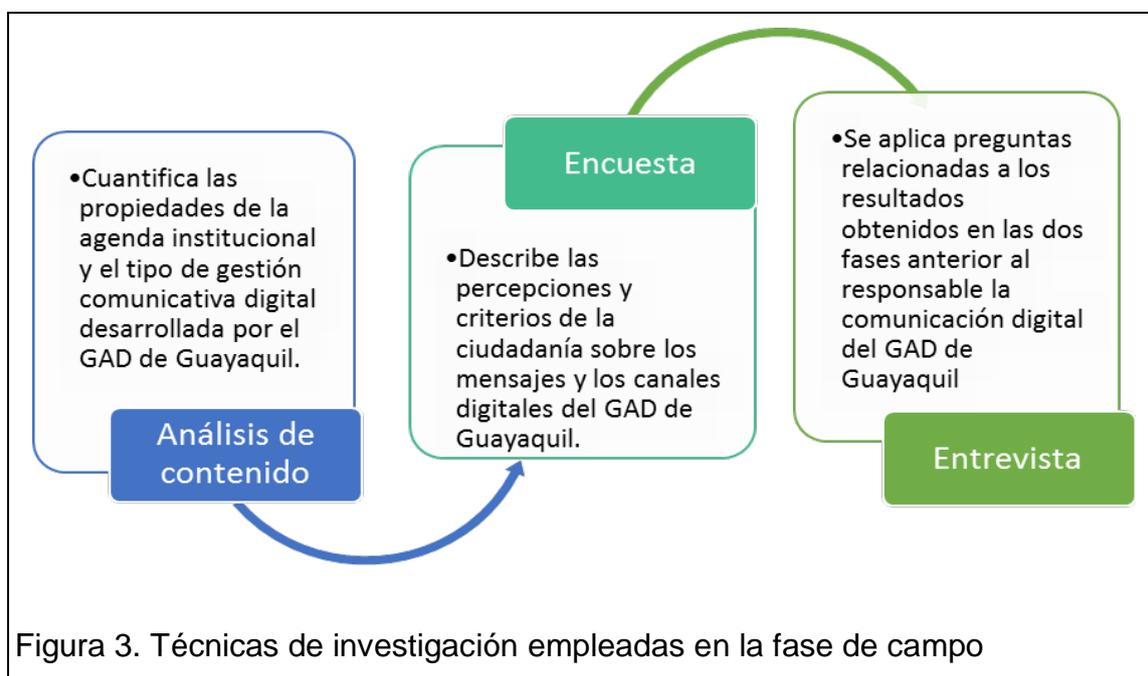


Figura 3. Técnicas de investigación empleadas en la fase de campo

Como puede deducirse del gráfico anterior, el diseño metodológico parte desde el análisis del mensaje institucional, con la observación del acceso a la información y el tipo de agenda construida en redes; pasa por la evaluación de las percepciones de los usuarios, algo especialmente útil al posibilitar la correlación con respecto del análisis de contenido; y, por último, se buscó la triangulación a partir de la confrontación de los resultados obtenidos en las dos primeras fases, con el responsable de la gestión digital del Municipio de Guayaquil.

A continuación se describirán las técnicas que facilitaron la elaboración de los cuestionarios para la recolección de información válida y vinculada a la gestión comunicativa digital, acción considerada dentro del marco muestral.

3.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO: La captación de los significados institucionales

El análisis de contenido es una técnica cuantitativa que basa su eficacia en la cuantificación de las propiedades de un documento, texto, imagen o artefacto audiovisual, entre otros; para ello, se busca una codificación basada en un método “sistemático y objetivo” (Bardin, 2002, p. 25).

Por cierto, el análisis de contenido como instrumento de recolección de datos está basado en la lectura y tarea que implica desarrollar un proceso de categorización, pues la definición textual como la de imagen y la de archivos sonoros o audiovisuales registra un patrón vinculante a un contexto implícito, revelando así un sentido en el constructo social (Díaz y Navarro, 1995, citado por Echeverría, 2005, p. 5).

Para (Echeverría, 2005) hay que diferenciar el análisis del contenido cuantitativo del cualitativo.

“En el primer caso lo que se busca es obtener las frecuencias de la presencia de los datos, para de ahí interpretar los sentidos y las ideas [contundentes] de un texto. Por su parte, la versión cualitativa pretende interpretar los significados, suponiendo en ellos un contenido manifiesto y un contenido latente” (pp. 6-7).

Por lo tanto, gracias al análisis de contenido, se pretende captar los significados institucionales, en tanto que:

“<...> esta técnica concentra algunas ventajas, como la posibilidad de integrar variables cuantitativas y cualitativas; además, favorece la aplicación instrumental de un conjunto que, en algunos casos, puede ser relativamente extenso. Sobre todo en una sociedad como la contemporánea, en la que se han adosado numerosos materiales que configuran, en buena medida, la memoria del siglo XXI <...>”

(Barredo, 2015, p. 9)

Dicha técnica se aplicó a las redes sociales, Facebook y Twitter, por medio de una ficha de análisis, en la que se conjugaron algunas variables relacionadas con la agenda institucional y el tipo de gestión comunicativa digital del GAD de Guayaquil.

En este contexto se elaboró un listado de las diferentes competencias del GAD de Guayaquil, aspectos esenciales para la muestra, luego se procedió a la recolección de datos durante las dos primeras semanas del mes de febrero de 2016, y para ello, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia.

En cuanto a la estructura de la ficha de análisis se puede decir a priori que se trata de una observación indirecta del contenido público en redes sociales. El formulario fue estructurado en cuatro secciones: 1. Datos generales, 2. Presencia de información pública, 3. Cobertura correspondiente y 4. Volumen de la información pública.

En concreto, a través de este instrumento, se clasificaron los tipos de formatos digitales, las preferencias, las competencias y los contenidos municipales difundidos por las redes sociales, así como también algunas variables generadas desde la percepción del codificador, como la relación, tendencia y volumen de la información pública. De estos datos se derivó la catalogación por áreas temáticas tales como: Planes y Gestión; Información y difusión; Dialogo y participación; Incentivo y Reconocimiento; y, Evaluación y Retroalimentación.

3.2.2. LA ENCUESTA: La descripción de las percepciones de los usuarios

La encuesta es una técnica muy dinámica, quizá una de las más utilizadas en el ámbito de las Ciencias Sociales, por su facilidad por recoger datos primarios (García Córdova, 2004). Tras la revisión de la literatura, y en función de los constructos teóricos identificados en ese proceso (la transparencia, la accesibilidad y la participación ciudadana), se elaboraron 33 preguntas.

A continuación, y como aconsejan (Hueso y Cascanti, 2012), se efectuó una validación de expertos a cargo del Mg. José Rivera Costales, que anotó y observó la calidad técnica del cuestionario. Posteriormente, se aplicó a una pequeña muestra de 10 personas, y tras, el análisis del pretest o prueba crucial, se le hicieron los ajustes correspondientes y se perfeccionaron algunos enunciados.

A partir de esta revisión se realizó una serie de tareas pertinentes para la validez del contenido así como también los criterios para la medición en escala Likert, pues de lo que se trata, según (Martín, 2011, p. 20), “[es de] buscar aspectos temáticos y conceptuales comunes a toda la población a investigar”, y para ello, la muestra facilita la información.

3.2.3. LA ENTREVISTA: La confrontación de los resultados

Según Raymond L. Gordon (1969), la entrevista es el proceso comunicativo que tiene que ver con el espacio asignado al entrevistador, entrevistado y tema, triangulación que dimensiona el proceso de obtención de información a través de preguntas y respuestas (Valles, 2002, pp. 48-49).

Dada las circunstancias y la naturaleza de la investigación, el modelo de entrevista con el funcionario municipal, Ing. Xavier Salvador Plaza, Director de Informática del Municipio de Guayaquil, fue abierta, dialógica y de réplica, aportándose de esta manera al proceso de contraste de los resultados, e incluso, se establecieron relaciones, tendencias y uso de las redes sociales en la gestión pública del GAD de Guayaquil.

Para Valles (2002), esta técnica de entrevista aporta a la conducción, reacción y validez de la información, porque asegura la confiabilidad de los resultados y las conclusiones, sin ignorar la discusión que sustenta la explicación del trabajo investigativo.

3.3. POBLACIÓN DE ESTUDIO

Los contenidos digitales del Municipio de Guayaquil, potencialmente, se dirigen a toda la población guayaquileña, cifrada en 2'617.349 personas, que según proyecciones del censo del 2010, el cantón se encuentra dividido en 15 parroquias urbanas (Ayacucho, Bolívar, Carbo, Febres Cordero, García Moreno, Letamendi, Nueve de Octubre, Olmedo, Roca, Rocafuerte, Sucre, Tarquí, Urdaneta, Ximena, Pascuales) y cinco parroquias rurales (Juan Gómez Rendón, Morro, Posorja, Puná, Tenguel).

Para afrontar este marco poblacional, se definió un muestreo no probabilístico de conveniencia, con el fin de explorar las percepciones sobre un tema en el que hay muy poca información; además, aspectos como la falta de presupuesto para gratificar a los encuestados, descartan la posibilidad de afrontar una selección probabilística. Las encuestas se realizaron a 385 personas de manera discrecional en dos puntos neurálgicos de la ciudad: la biblioteca municipal y la Universidad de Guayaquil.

3.3.1. Muestra

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

n = tamaño de la muestra.

Z = nivel de confianza.

p = probabilidad a favor.

q = probabilidad en contra.

e = error muestral permisible.

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}{(0.05)^2}$$

EI TAMAÑO DE LA POBLACIÓN: 2'617.349

—Número de personas que componen la población a estudiar.

HETEROGENEIDAD: 50%

—Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, en el peor de los casos.

MARGEN DE ERROR: 5%

—Menor margen de error requiere mayor muestra, pero es aceptable un 5%.

NIVEL DE CONFIANZA: 95%

—Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%

MUESTRA: — Se encuestará a **385** personas.

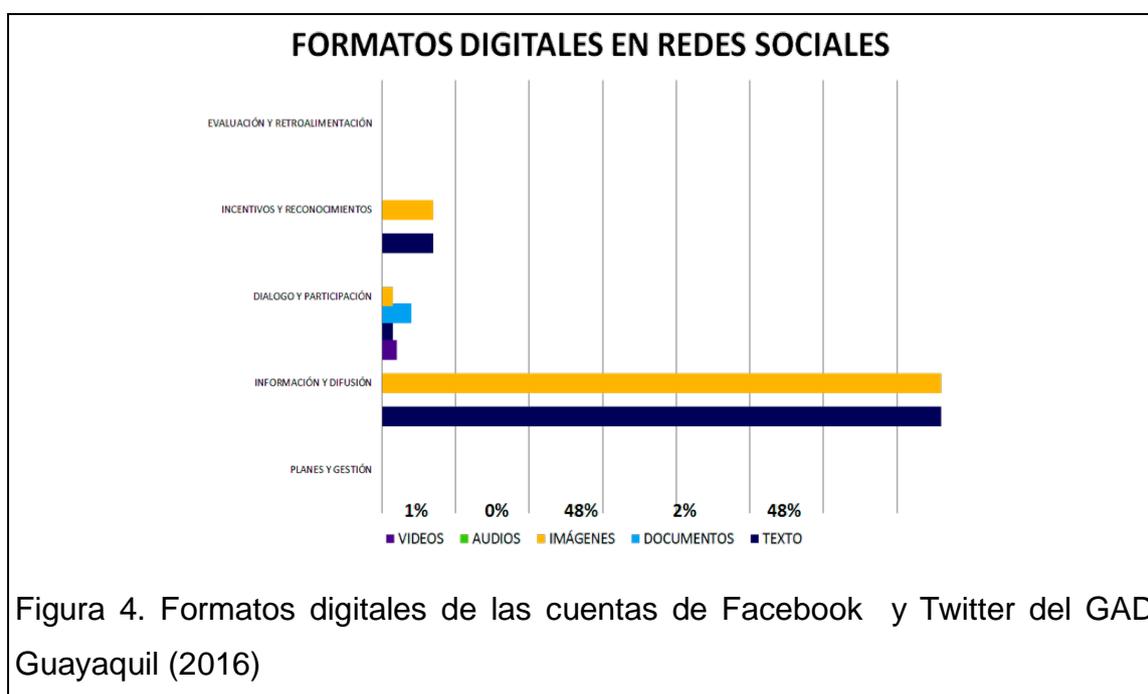
CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

La filtración de datos a través de la ficha de análisis arroja que un 48% de los contenidos mediáticos del GAD de Guayaquil en redes sociales, Facebook y Twitter, eran texto e imagen, un 2% eran documentos sin tipología y un 1% eran videos con un esporádico archivo sonoro.

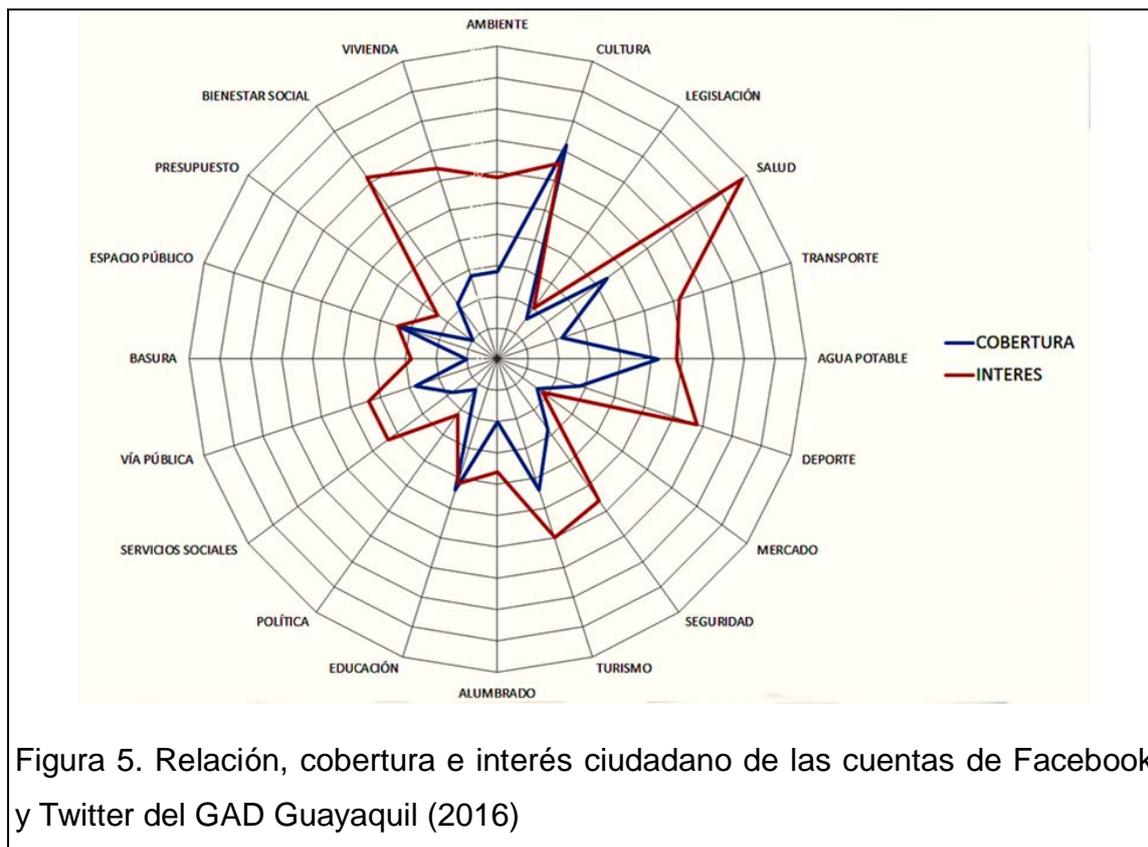
Durante la jornada de observación se detectó el número de frecuencia con que se emplea el texto y la imagen como valor comunicativo de la información pública, lo cual no iba más allá del cumplimiento del artículo 8, de la Ley Orgánica de Comunicación –LOC. Aunque, se mantuvo vigilancia en las redes sociales del cabildo, la prevalencia de la difusión de contenidos fue el cumplimiento de obras municipales, actividades del Alcalde, avisos a bachilleres, promoción institucional e información de carácter coyuntural sin la respectiva relevancia e interés público.



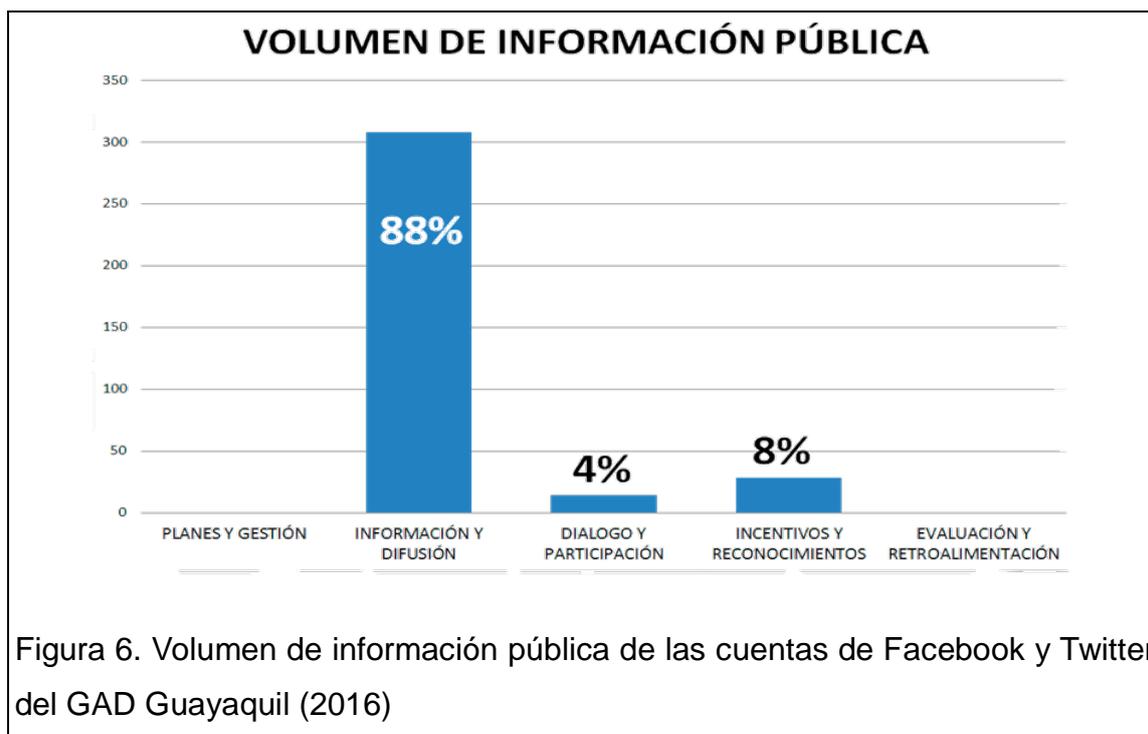
Por otro lado, los formatos digitales trascienden sustantivamente en los espacios de los social media, como material mediático y simbólico, que van de acuerdo con las competencias municipales, pues la ficha de análisis revela que un 26% de los contenidos se asigna a la educación, el 21% se encasilla en posturas política sobre temas locales o nacionales, el 20% se establece como una agenda cultural, el 13% se determina a obras de regeneración urbana o trabajos en la vía pública, el 6% se cataloga los servicios sociales o de salud municipal, el 3% se sitúa para los espacio público como parques, malecón, patios o lugares recreativos, mientras que el 2% se dispone al turismo o deporte.

A saber, los formatos digitales visualizados guardan relación con los porcentajes que dan cuenta de un estado de alerta, entre el interés ciudadano y la cobertura informativa municipal, en las redes sociales del GAD de Guayaquil, pues el análisis de contenido descompone la percepción estructural de la institución e incluso sustenta la visión limitada de información pública como nada relevante.

En este contexto, se efectuó un análisis comparativo, entre interés y cobertura, resultando una asimetría que sería de un 49.5% con respecto a la información pública municipal y su cobertura según las perspectivas del interés ciudadano. El propósito fundamental del análisis comparativo fue hacer un referente proporcional de la información pública en redes sociales, de acuerdo a los registros, reportes y mediciones de carácter perceptivo, además, se delinearon categorías que determinaron indicadores del insumo público, así como también la percepción de la utilidad práctica de la información pública para los ciudadanos.



El 88% de la información pública en formatos digitales se acumulan en el ámbito de la información y difusión de noticias, eventos y promoción municipal, resultado que se categorizó, según la ficha de análisis, un 32.9% es información institucional, un 23.5% es información social y un 31.6% es información de educación; el 8% del contenido textual y fotográfico se ubica en el área del incentivo y reconocimiento institucional a personas, organizaciones, empresas e ilustres personajes; el 4% de material informativo e institucional se registra con una baja participación, comentario u dialogo textual sin relevancia informativa.



4.2. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

De los 385 encuestados (Tabla 1), el 61% son hombres y 39% son mujeres. Como se puede apreciar en la tabla, los encuestados fueron divididos por sexo para conocer la cantidad predominante en el estudio, la misma que fue de dos a uno entre hombre y mujeres.

Tabla 1. Sexo de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

SEXO	ENCUESTAS	PORCENTAJE
MASCULINO	236	61%
FEMENINO	149	39%
TOTAL	385	100%

Según los datos obtenidos por edad (Tabla 2), se aprecia que el 65% corresponde a la generación digital, el 26% a la generación de transición y el 9% a la generación no digital. Como se puede apreciar en la siguiente gráfica, la categorización representa los niveles y posición generacional, lo cual permite una diferenciación entre la generación nativa digital y la no digital así como la adaptación de la generación de la transición:

Tabla 2. Edad de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

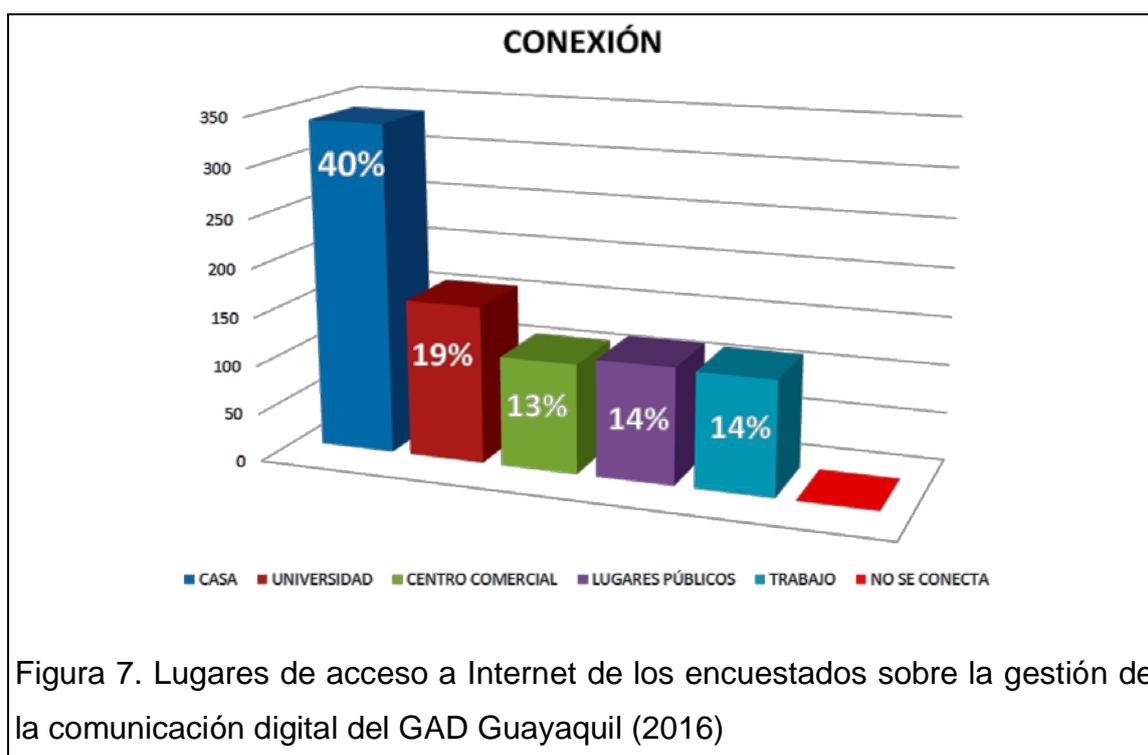
EDAD	ENCUESTAS	PORCENTAJE
18 - 29	249	65%
30 - 49	100	26%
50 - 69	36	09%
TOTAL	385	100%

De acuerdo con los datos del empleo de los encuestados (Tabla 3), el mayor porcentaje lo tiene el sector privado con el 57%, seguido por el 38% entre estudiantes e independientes, y un 5% del sector público, unos porcentajes que oscilan en función de la aleatoriedad exigida a la selección de la muestra.

Tabla 3. Tipo de empleo de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

EMPLEO	ENCUESTAS	PORCENTAJE
PRIVADO	218	57%
PÚBLICO	20	05%
INDEPENDIENTE	147	38%
TOTAL	385	100%

Según los datos sobre la conectividad (Figura 7), se observa que el 40% de los encuestados se conecta desde su casa, seguido por un 19% desde la Universidad, un 13% desde Centros Comerciales y un 14% desde el trabajo y lugares públicos.



A los encuestados se les preguntó con qué dispositivo cuenta para conectarse a Internet (Figura 8), el 32% contestó Smartphone, un 31% dijo computadora, lo cual hace prever una analogía activa entre los dispositivos fijos y móviles, luego está la laptop con el 18%, la Tablet con el 10%, seguido por el iPhone con el 7% y, finalmente, el locutorio o cabinas con el 1%.



Figura 8. Dispositivos más frecuentemente utilizados por los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

De acuerdo a la información obtenida (Tabla 4), un 98% de los consultados posee cuenta en redes sociales, mientras que un 2% no tiene cuenta alguna en una red social.

Tabla 4. Usuarios con cuenta en las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

POSEE RED SOCIAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	378	98%
NO	7	2%
TOTAL	385	100%

Según los datos obtenidos a través de la encuesta realizada (Tabla 5), se da a conocer que el 75% de los consultados afirman que espontáneamente utilizan las cuentas de las redes sociales, mientras que un 25% de los consultados aseguran que fueron obligados a utilizar redes sociales por cuestiones de trabajo o estudio.

Tabla 5. Dedicación de las cuentas en las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

SE IMPONE LA RED SOCIAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	98	25%
NO	287	75%
TOTAL	385	100%

Entre los encuestados se preguntó a qué red social pertenecen fundamentalmente (Figura 9), resultando Facebook la plataforma que se destaca con el 44%, luego Instagram con el 28%, seguido muy de cerca por Twitter con el 24%, continuando con Hi5 con el 3% y YouTube con el 1%. Estos porcentajes dan cuenta de la alianza de Facebook e Instagram en el 2012, lo cual confirma el crecimiento del Smartphone.

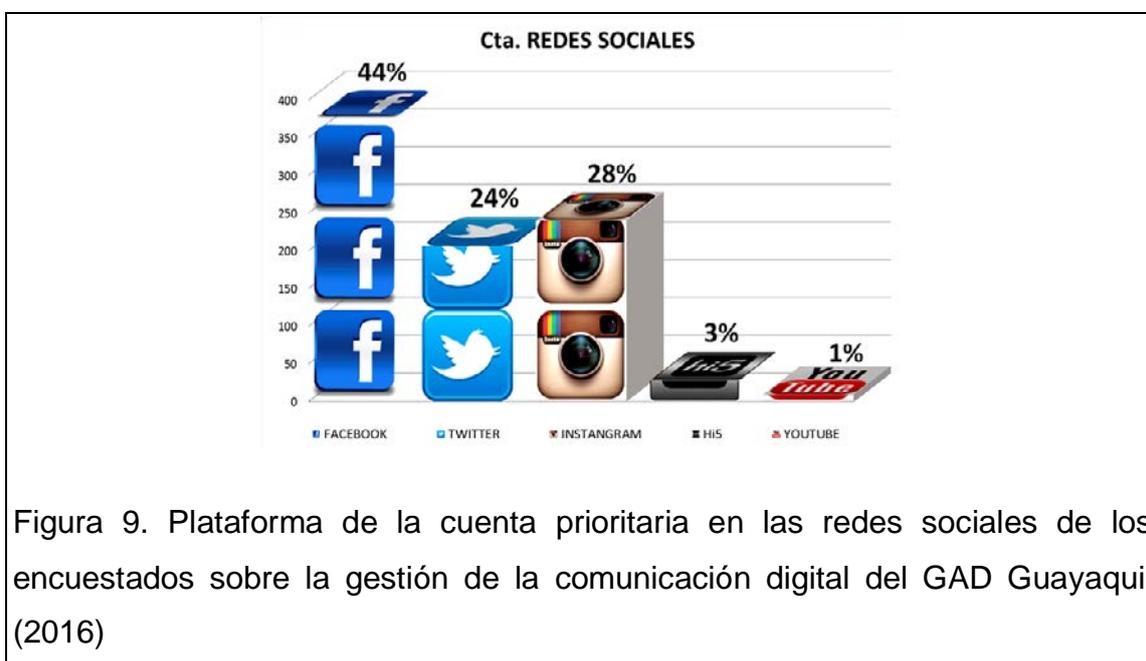
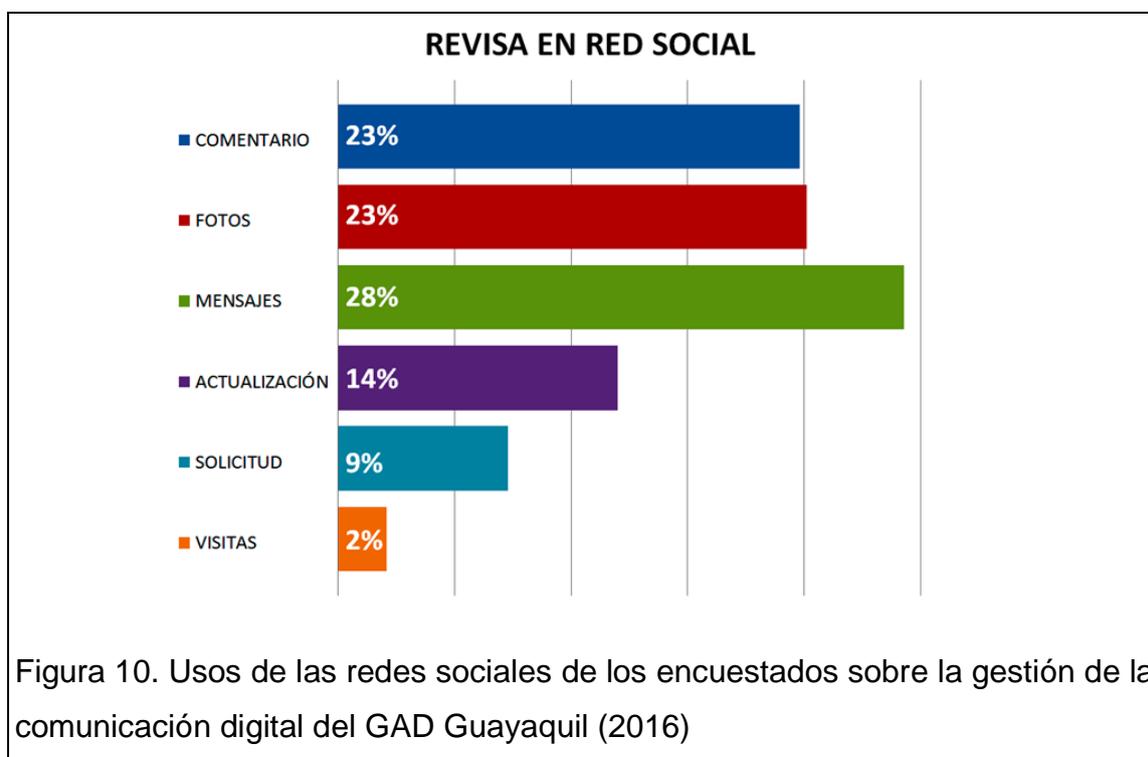
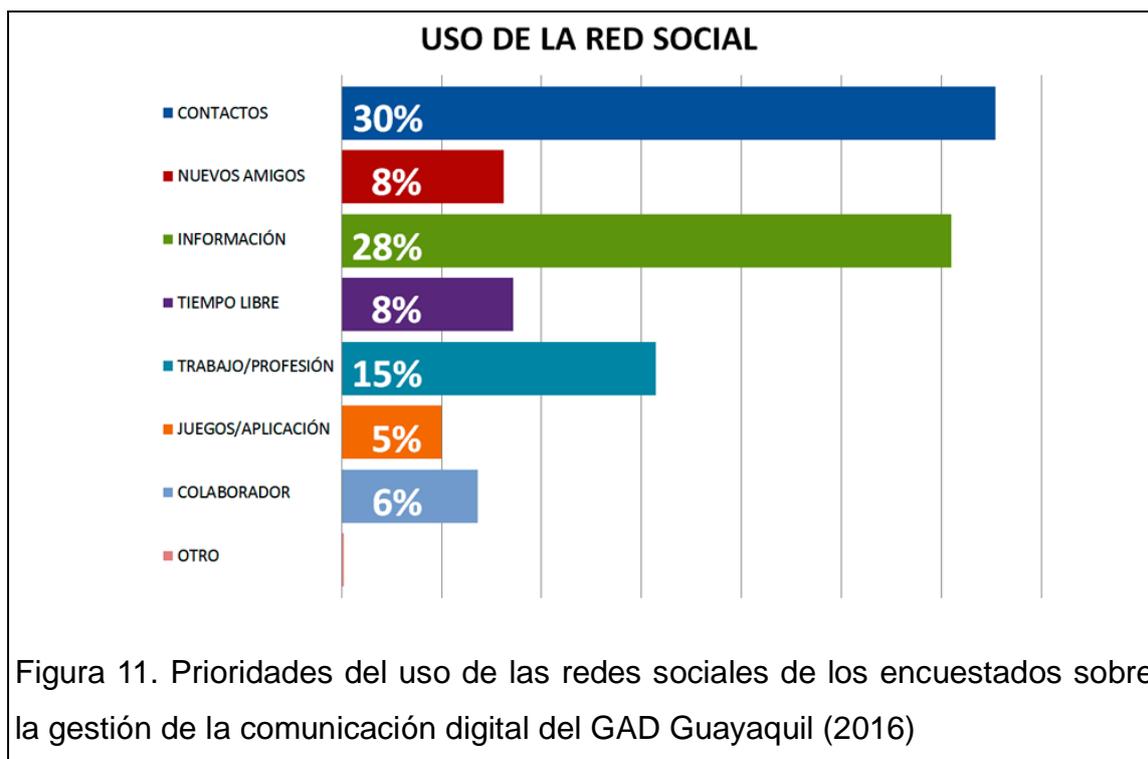


Figura 9. Plataforma de la cuenta prioritaria en las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

Al consultar qué es lo primero que revisa en su red social (Figura 10), el 28% de los consultados dijo leer sus mensajes, el 23% ojear los comentarios y mira fotos, el 14% se preocupa por las actualizaciones, el 9% revisa solicitudes y el 2% examina las visitas. Ciertamente, las personas consultadas pasan el mayor tiempo leyendo y mirando fotos en las redes sociales, aunque la mensajería no registra el chateo o WhatsApp por celular.



A continuación, se presentan las prioridades del uso de la red social (Figura 11), el 33% de los usuarios respondió que la utiliza para su relación de contactos, el 26% para buscar información, el 16% para buscar trabajo o grupos profesionales, el 8% busca nuevas amistades, el 7% lo utiliza para el ocio o colaborar con ideas.



De la totalidad de los consultados, el tiempo de permanencia en la red (Tabla 6), se da de la siguiente manera el 59% dedica más de una hora diaria todos los días a las redes sociales, un 22% a menos de una hora diaria todos los días, el 17% algunos días, y un 3% una vez a la semana. Lo que significa que 5 de cada 10 personas consultadas permanece más de una hora diaria en las redes sociales:

Tabla 6. Frecuencia en el uso de las redes sociales de los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

FRECUENCIA	ENCUESTAS	PORCENTAJE
TODOS LOS DÍAS > 1H	226	59%
TODOS LOS DÍAS < 1H	83	22%
ALGUNOS DÍAS	66	17%
UNA VEZ A LA SEMANA	10	3%
TOTAL	385	100%

Con la interrogante sobre la información que se ofrece en pantalla es posible saber a qué institución o empresa corresponde el sitio (Tabla 7), un 71% considera que sí, mientras que un 29% no considera posible determinarlo. Esto indica que 7 de cada 10 personas consultadas piensa que la información exhibida es lo bastante identificable, institucional o empresarial, en la web:

Tabla 7. Identificación de la información exhibida de la web institucional, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

WEB INSTITUCIONAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	275	71%
NO	110	29%
TOTAL	385	100%

Dentro de los tipos de elementos gráficos o textuales que pueden ayudar a entender a qué institución o administración pertenece el sitio (Tabla 8), un 72% menciona que sí le puede ayudar a hallar la institución en la web, mientras que un 28% se pierde entre tantos elementos simbólicos y textuales. Lo cual indica que 7 de cada 10 personas consultadas sostiene que la diversidad de elementos gráficos y textuales identifica una institución o empresa:

Tabla 8. Identificación de los elementos gráficos o textuales de la web institucional, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

GRÁFICO O TEXTOS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	277	72%
NO	108	28%
TOTAL	385	100%

Al considerar los datos anteriores, se observa en este cuadro estadístico (Tabla 9), que el 62% de los consultados considera que la dirección web se relaciona con la presentación institucional y solo un 38% menciona lo contrario. Por lo cual, se percibe que 6 de cada 10 personas consultadas reconoce con claridad una relación entre la dirección web y la página web:

Tabla 9. Reconocimiento de la relación entre la dirección web y la institución, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

RELACIÓN DIRECCIÓN E INSTITUCIÓN	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	240	62%
NO	145	38%
TOTAL	385	100%

Al ser consultados sobre la presencia del Municipio de Guayaquil en las redes sociales (Tabla 10), el 59% de los encuestados mencionan que conoce que existe en redes sociales, el 41% mencionó que desconoce su existencia. Por los datos reflejados en la figura siguiente, 6 de cada 10 encuestados indican que sí son capaces de reconocer la presencia del GAD en las redes.

Tabla 10. Reconocimiento de la institución en las redes sociales, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

MUNICIPIO EN RED SOCIAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	228	59%
NO	157	41%
TOTAL	385	100%

De acuerdo a los datos obtenidos (Tabla 11), un 44% de los consultados mencionó tener conocimiento del sitio web oficial del Municipio de Guayaquil, mientras que un 56% no tiene idea del sitio web, lo cual indica que 6 de cada 10 personas consultadas desconocen el sitio web oficial del Municipio de Guayaquil.

Tabla 11. Reconocimiento del sitio web oficial, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

WEB OFICIAL MUNICIPAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	168	44%
NO	217	56%
TOTAL	385	100%

Según los datos proporcionados por las personas encuestadas (Tabla 12), el 18% se considera usuario del sitio web municipal, mientras que el 82% indica que no utiliza el sitio web municipal, lo cual indica que 8 de cada 10 personas consultadas no son usuarias de ese portal:

Tabla 12. Uso de la web oficial municipal, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

USUARIOS DE LA WEB MUNICIPAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	70	18%
NO	315	82%
TOTAL	385	100%

De acuerdo con los datos obtenidos (Tabla 13), el 67% de los encuestados consideran que sí puede hacer una distinción de contenidos, mientras el 33% considera que no lo puede hacer. Lo cual muestra que la mayoría de las personas encuestadas distingue los contenidos estáticos y dinámicos de la web.

Tabla 13. Distinción de los contenidos de la web oficial, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

DISTINGUIR CONTENIDOS WEB	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	257	67%
NO	128	33%
TOTAL	385	100%

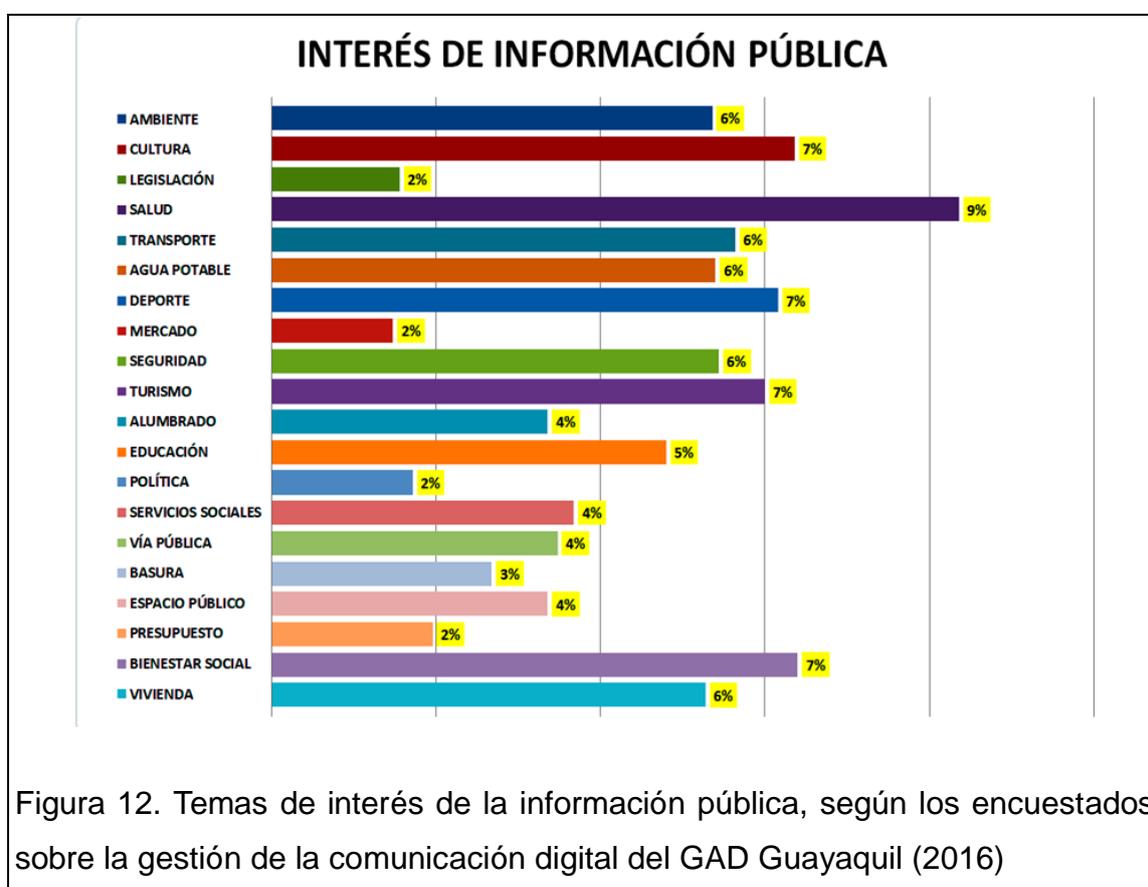
Según la gráfica anterior, que presenta los datos obtenidos (Tabla 14), el 67% de los encuestados consideran que sí puede hacer una distinción del acceso textual, mientras el 33% considera que no lo puede hacer. Lo cual indica que la mayoría de la gente encuestada distingue sin problema los hipervínculos y los géneros textuales de la web:

Tabla 14. Reconocimiento de los vínculos y los accesos de la web oficial, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

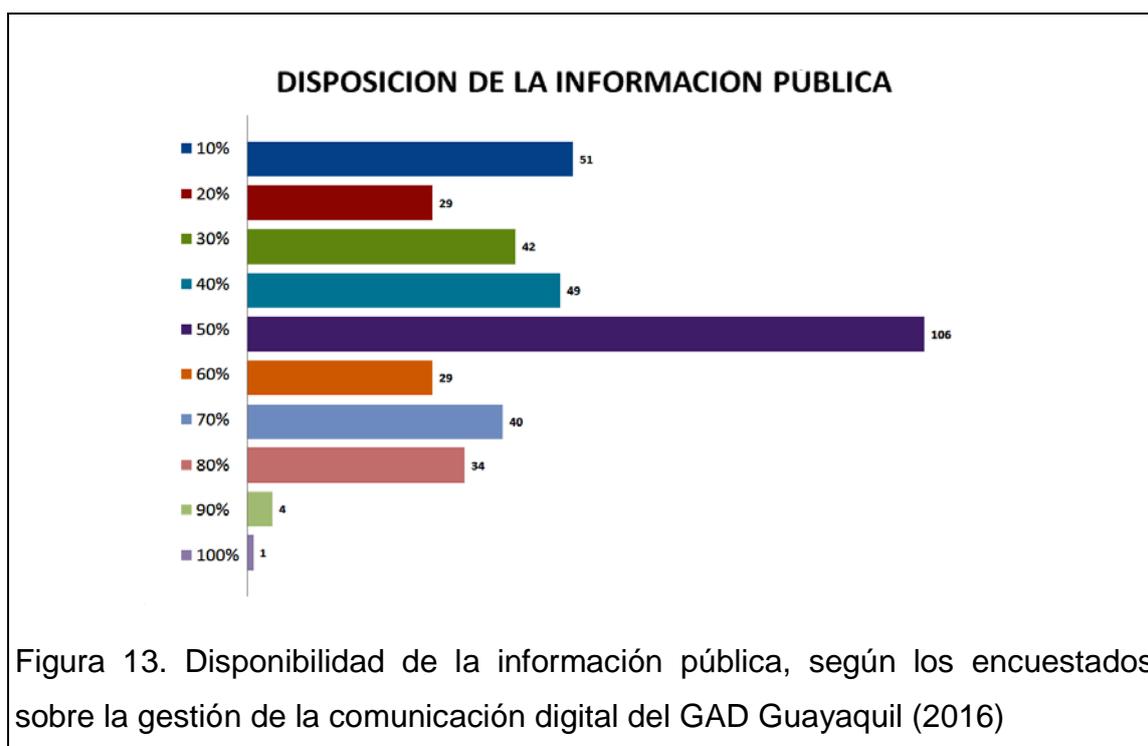
ACCESO TEXTUAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	259	67%
NO	126	33%
TOTAL	385	100%

Un punto interesante a analizar es el interés de la información pública (Figura 12), el 9% de los encuestados prefieren saber sobre las políticas públicas en cuanto a salud, el 7% sobre cultura, deporte, bienestar social y vivienda, el 6% sobre ambiente, transporte, agua potable, seguridad y turismo, el 5% sobre servicios sociales y vía pública, el 4% sobre alumbrado público y educación, el 3% sobre basura y espacio público, y el 2% sobre legislación, mercado, política y presupuesto.

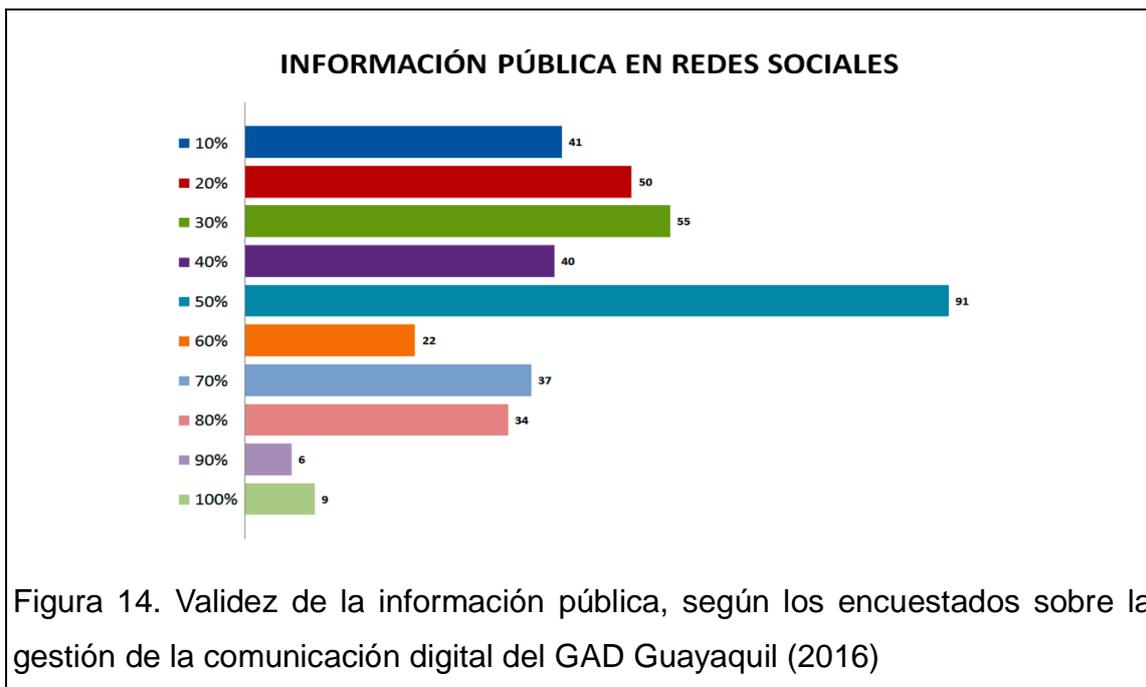
Dentro de esta demarcación de niveles, la mayoría de las personas consultadas tiene presente en un 9% la salud, ámbito importante en el contexto social sobre la salud preventiva y la hospitalaria como preocupación central, mientras que los datos de legislación, presupuesto, política y mercado, están presentes en un 2%, niveles interdependientes que hacen la diferencia de la importancia de la salud pública.



El 28% de los consultados considera que el Municipio de Guayaquil (Figura 13), pone en redes sociales un 50% de la información pública, lo cual determina la necesidad de revisar el tratamiento de esta información. Además, se demuestra que hay un 50% restante que está excluida en la red, esto implica que como decía Giddens (1998) hay que profundizar la democratización, con una consiguiente necesidad de incentivar la participación ciudadana en una dinámica organizacional y profesional de contenidos.



De acuerdo con la figura 14, el 24% de las personas consultadas considera que el 50% de la información pública es válida, suficiente y útil en las redes sociales, lo cual determina que debe mejorarse el tratamiento informativo, pues el otro 50% no tiene un valor público porque se encuentra excluyente en las redes sociales.



Al preguntar a los encuestados sobre la calificación al uso de los catálogos, bases de datos y motores de búsqueda en línea del Municipio de Guayaquil (Tabla 15), el 44% de los consultados calificó como sencillamente importante, el 24% lo calificó como importante, el 13% lo calificó como poco importante, el 9% como muy importante, y el 10% lo calificó como crítico. Se interpreta según los datos que hay una tendencia POSITIVAMENTE ALTA al uso de información online.

Tabla 15. Calificación del uso de la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN USO DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	38	10%
2	50	13%
3	169	44%
4	93	24%
5	35	9%
TOTAL	385	100%

De acuerdo con los datos obtenidos sobre los servicios municipales planeados a cubrir las necesidades de información en línea (Tabla 16), el 41% de los consultados calificó como sencillamente importante, el 30% lo calificó como importante, el 15% lo califico poco importante, el 10% lo califico como crítico y el 5% lo calificó como muy importante. Se interpreta en base a los datos que hay una tendencia POSITIVAMENTE ALTA a los servicios municipales.

Tabla 16. Calificación del servicio municipal, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN SERVICIO MUNICIPAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	38	10%
2	56	15%
3	157	41%
4	115	30%
5	19	5%
TOTAL	385	100%

De acuerdo con los datos (Tabla 17), el 35% de los consultados calificó como sencillamente importante el acceso a la información pública, el 32% lo calificó como importante, el 19% lo calificó como poco importante, 9% lo calificó como crítico y el 6% lo calificó como muy importante. Se interpreta que hay una tendencia POSITIVAMENTE BAJA al acceso a la información pública.

Tabla 17. Calificación sobre el acceso a la información, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN ACCESO A LA INFORMACIÓN	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	33	9%
2	74	19%
3	133	35%
4	122	32%
5	23	6%
TOTAL	385	100%

Según los datos de la Tabla 18, el 39% de los consultados calificó como sencillamente importante el tiempo de respuesta municipal a un servicio en línea, el 22% lo calificó como poco importante, el 19% lo calificó como importante, el 15% lo calificó como crítico y el 5% lo calificó como muy importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia NEGATIVA al tiempo de respuesta municipal.

Tabla 18. Calificación sobre el tiempo de servicio, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN TIEMPO DE SERVICIO	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	58	15%
2	85	22%
3	150	39%
4	74	19%
5	18	5%
TOTAL	385	100%

De acuerdo con los datos (Tabla 19), el 36% de los consultados calificó como sencillamente importante la recepción de solicitudes de servicios municipales en línea, el 24% lo calificó como importante, el 22% lo calificó como poco importante, 14% lo calificó como crítico y el 4% lo calificó como muy importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia NEGATIVA a la recepción de solicitudes en línea.

Tabla 19. Calificación sobre la recepción de solicitudes en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN TIEMPO DE SERVICIO	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	58	15%
2	85	22%
3	150	39%
4	74	19%
5	18	5%
TOTAL	385	100%

Según los datos procesados en la Tabla 20, el 38% de los consultados calificó como sencillamente importante el sistema de plazos para la entrega de documentos públicos, el 22% lo calificó como importante, el 19% lo calificó como poco importante, el 17% lo calificó como crítico y el 4% lo calificó como muy importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia NEGATIVA a los plazos de entrega de documentos públicos.

Tabla 20. Calificación sobre los plazos de entrega de documentos, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN PLAZOS DE ENTREGA DE DOCUMENTOS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	66	17%
2	73	19%
3	145	38%
4	86	22%
5	15	4%
TOTAL	385	100%

Al preguntar a los encuestados sobre la calificación al diseño de la web oficial del Municipio de Guayaquil (Tabla 21), el 34% de los consultados lo calificó como importante, el 30% lo calificó como sencillamente importante, el 15% lo calificó como crítico, el 14% lo calificó como muy importante, y el 10% lo calificó como poco importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia POSITIVAMENTE ALTA al diseño de la web del municipal.

Tabla 21. Calificación sobre el diseño de la web institucional, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN DISEÑO WEB OFICIAL	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	42	15%
2	51	10%
3	114	30%
4	132	34%
5	46	14%
TOTAL	385	100%

Según las personas encuestadas (Tabla22), el 35% de los consultados calificó como sencillamente importante las ayudas web del sitio municipal, el 26% lo calificó como importante, el 19% lo calificó como poco importante, el 14% lo calificó como crítico y el 7% lo calificó como muy importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia NEGATIVA la ayuda web municipal.

Tabla 22. Calificación sobre la ayuda web, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN AYUDA WEB	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	52	14%
2	75	19%
3	133	35%
4	99	26%
5	26	7%
TOTAL	385	100%

Según los datos procesados en la Tabla 23, el 39% de los consultados calificó como sencillamente importante la presencia gráfica del sitio web municipal, el 30% la calificó como importante, el 14% la calificó como poco importante, el 10% la calificó como crítica y el 7% la calificó como muy importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia POSITIVAMENTE ALTA a la presencia grafica del sitio web municipal.

Tabla 23. Calificación sobre la presencia gráfica, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN PRESENCIA GRÁFICA	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	37	10%
2	54	14%
3	149	39%
4	117	30%
5	28	7%
TOTAL	385	100%

Al preguntar a los encuestados sobre la calificación a la atención en línea del Municipio de Guayaquil (Tabla 24), el 38% de los consultados la calificó como sencillamente importante, el 25% la calificó como importante, el 17% la calificó como poco importante, el 14% como crítica y el 6% la calificó como de muy importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia NEGATIVA la atención en línea

Tabla 24. Calificación sobre la atención en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN ATENCIÓN ONLINE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	53	14%
2	67	17%
3	146	38%
4	96	25%
5	23	6%
TOTAL	385	100%

Según los datos procesados en la Tabla 25, el 36% de los consultados calificó como sencillamente importante el tiempo de respuesta de los trámites en línea, el 23% lo calificó como importante y poco importante, el 15% lo calificó como crítico, y el 3% lo calificó como muy importante. Se interpreta según los datos que hay una tendencia NEGATIVA al tiempo de respuesta de los trámites en línea.

Tabla 25. Calificación sobre el tiempo de respuesta a los trámites en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

□ CALIFICACIÓN RESPUESTA TRÁMITES ONLINE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	59	15%
2	88	23%
3	137	36%
4	88	23%
5	13	3%
TOTAL	385	100%

Al preguntar a los encuestados sobre la calificación a la fiabilidad, confianza y seguridad de la información en línea (Tabla 26), el 36% de los consultados la calificó como importante, el 33% la calificó como sencillamente importante, el 14% la calificó como poco importante, el 10% como muy importante y el 7% la calificó como crítica. Se interpreta según los datos que hay una tendencia POSITIVAMENTE ALTA a la fiabilidad, confianza y seguridad de la información en línea.

Tabla 26. Calificación sobre la seguridad de la información en línea, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	28	7%
2	55	14%
3	126	33%
4	138	36%
5	38	10%
TOTAL	385	100%

De acuerdo con los datos obtenidos sobre los formatos de la información pública (Tabla 27), el 34% de los consultados calificó como sencillamente importante e importante la recepción de solicitudes del servicio municipal en línea, el 13% los calificó como poco importantes, 12% los calificó como muy importantes y el 8% los calificó como crítico. Se interpreta según los datos que hay una tendencia POSITIVAMENTE ALTA sobre la utilidad de la información pública.

Tabla 27. Calificación sobre la utilidad de la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	29	8%
2	49	13%
3	130	34%
4	132	34%
5	45	12%
TOTAL	385	100%

De acuerdo con los datos obtenidos (Tabla 28), el 31% de los consultados calificó como importante, el 23% los calificó como sencillamente importante, el 29% calificó como muy importante, el 9% los calificó como poco importantes y el 7% los calificó como crítico. Se interpreta según los datos que hay una tendencia POSITIVAMENTE ALTA a la importancia de la información:

Tabla 28. Calificación sobre la importancia otorgada a la información pública, según los encuestados sobre la gestión de la comunicación digital del GAD Guayaquil (2016)

CALIFICACIÓN IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1	28	7%
2	33	9%
3	90	23%
4	121	31%
5	113	29%
TOTAL	385	100%

4.3. ENTREVISTA: Director de Informática del Municipio de Guayaquil

Para contrastar los resultados de la encuesta, se decidió hacer una entrevista al responsable de la comunicación digital, Director de Informática del Municipio de Guayaquil, Ing. Xavier Salvador Plaza, quien expresó, a través del personal encargado del manejo de redes, que es un canal de comunicación directo con los ciudadanos de forma rápida y veraz.

Además, indicó que la planificación se da de acuerdo a los eventos (inauguraciones, inspecciones de obra, servicios a la comunidad, entre otros) y la estrategia depende del segmento al cual se pretende llegar, pues de lo que se trata es de mantener a los ciudadanos informados y, a la vez, atender y resolver inquietudes de los usuarios de las redes sociales.

En cuanto a la lógica de la difusión en redes sociales, dice que se mantiene un canal abierto de lunes a viernes, durante ocho horas laborables. Sin embargo, por cuestiones circunstanciales que se presenten de manera local o nacional, el municipio de Guayaquil asume social y responsablemente el infortunio con un plan 24/7 en redes sociales.

De igual manera, revela que los indicadores del comportamiento de los ciudadanos son muy variables, porque se tiene un sinnúmero de requerimientos (desde cosas sencillas como planillas o tasas de habilitación), hasta permisos de construcción, las acciones de carácter administrativas, financieras, económicas y judiciales son derivadas a los respectivos apartados departamentales para resolver la inquietud de los ciudadanos.

Por consiguiente, él legitima que el personal departamental asignado determina la gestión de contenido para las redes sociales, toda información pública se filtra por cada una de las direcciones departamentales y la iniciativa permite mejorar la calidad de la comunicación interna.

En este sentido, menciona que se difunde todo tipo de información pública sobre servicios y obras públicas a la comunidad sin caer en el proselitismo político. A saber, las estadísticas internas de la corporación municipal consideran que la presencia institucional en línea es segura, confiable y ágil.

Por otro lado, enfatiza que la coordinación interna y externa que mantiene la administración municipal se lleva a cabo a través de correo interno. Además, agrega que el acceso y flujo de la información pública responde a un sistema integral entre web y redes sociales.

A medida que la administración municipal activa y mantiene su presencia en redes sociales, posee un control de análisis de tráfico, pues uno, dos, tres y cuatro veces se postea en Facebook, mientras que en Twitter un promedio entre 15 a 20 tuits dependiendo de las inquietudes del usuario y en Instagram dos diarios.

Finalmente, el target con el que cuenta la administración municipal en redes sociales es de 18 años en adelante y de un público variado por las temáticas municipales.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

AGENCIA DE COMUNICACIÓN Y DATA MARKETING

5.2. SIGLAS E IMAGOTIPO



5.3. INTRODUCCIÓN

La razón de crear una Agencia de Comunicación y Data Marketing es la respuesta a un problema planteado en la investigación sobre el “Análisis del uso de las redes sociales como herramienta de información pública y difusión de la gestión pública municipal del cantón Guayaquil durante el primer semestre del año fiscal 2016”.

Por medio de la Agencia de Comunicación y Data Marketing se pretende estructurar una empresa de comunicación que no sólo cuente con recursos informativos, sino con una estructura que ayude a responder a las necesidades de los consumidores de las entidades públicas, privadas nacionales o extranjeras, que requieran crear, fortalecer o proteger la reputación de su empresa, marcas, proyectos e inversiones.

Para ello, la Agencia de Comunicación y Data Marketing atenderá y facilitará los vínculos necesarios con los medios de comunicación y, además, brindará consejería para la identificación e interacción con otros grupos de interés que influyan en la formación de la opinión pública, tales como autoridades, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, agremiaciones, academias, entre otros.

En realidad, la Agencia de Comunicación y Data Marketing responderá a los usuarios con planteamientos estratégicos mediante acciones comunicativas dirigidas por “GitHub”, plataforma colaborativo que permite identificar, planear, ejecutar, medir y persuadir a grupos objetivos específicos.

5.4. MISIÓN

La misión de Agencia de Comunicación y Data Marketing consiste en ofrecer un servicio de consultoría, capacitación y soluciones enmarcadas en la calidad, responsabilidad y fiabilidad de la información brindada a las empresas públicas o privadas, estudios hechos con alto grado de satisfacción y costos razonables y competitivos.

5.5. VISIÓN

Su visión es promover un crecimiento permanente del servicio en el tiempo y de respaldo para la obtención de una rentabilidad financiera que dé el soporte para el desarrollo profesional e innovador de sus miembros, sin dejar de lado la expansión y prestación de servicios a terceros.

5.6. OBJETIVO:

El objetivo de este proyecto es poner en marcha una Agencia de Comunicación y Data Marketing. De manera independiente, imparcial, privada y dispuesta en niveles para su administración según los perfiles profesionales que conforma la agencia.

5.6.1. Objetivo General

Crear un sistema integral de reutilización de la información pública y los contenidos mediáticos a través de soportes materiales o electrónicos, capaz de producir un efecto multiplicador en la sociedad.

5.6.2. Objetivo Especifico

Demostrar la viabilidad de la puesta en marcha de la Agencia de Comunicación y Data Marketing para que opere en el territorio nacional.

Establecer una estructura funcional y estratégica para la labor profesional de las cinco áreas creadas como son: Asuntos Públicos y Corporativos, Comunicación Publica y Digital, Comunicación de Consumo y Marketing.

Promover información idónea y efectiva referente a las preferencias como necesidades de los usuarios a lo largo de su relación con las empresas públicas o privadas.

Desarrollar una página Web para poder ofrecer los servicios de la agencia y mantener un contacto seguro con los usuarios de la agencia.

5.7. UBICACIÓN

La propuesta sobre la Creación de una Agencia de Comunicación y Data Marketing, se llevará a cabo en el Ecuador, provincias del Guayas, cantón Guayaquil, parroquia Tarquí.

5.8. JUSTIFICACIÓN

La propuesta presentada en este capítulo se enmarca dentro del proyecto de investigación.

La Agencia de Comunicación y Data Marketing es una solución posible al problema presentado, cuyo propósito es satisfacer la necesidad comunicativa de un determinado sector de la población guayaquileña.

Además, la propuesta se formula sobre la base de los resultados obtenidos en las diferentes fases del proceso investigativo. En base a esta dinámica, proveer una Agencia de Comunicación y Data Marketing conlleva a reconocer una firma que engloba la comunicación, el marketing, la publicidad, las redes sociales, productos y servicios.

Por eso, la Agencia de Comunicación y Data Marketing trata de ser una fuente de información y de servicio ciudadano, apoyando a las organizaciones de la sociedad civil, grupos, colectivos, periodistas, gestores culturales, gobiernos y ciudadanos activos para que fortalezcan sus acciones de comunicación y análisis de información a través del uso estratégico de la tecnología digital.

A través de esta Agencia de Comunicación y Data Marketing se busca generar oportunidades que inviten a los comunicadores sociales o periodistas a servir en el área de su competencia, legítimo derecho que promueve la idea de “responsabilidad compartida”, concepto que las empresas deben crear más y mejores elementos que contribuyan al desarrollo del constructo social.

5.9. RECURSOS HUMANOS

El equipo de la Agencia de Comunicación y Data Marketing está conformado por profesionales de las distintas ramas de la ciencia como la comunicación, ciencia política, sociología, marketing y periodismo, con el fin de compartir experiencia, conocimiento y prácticas de consultoría especializada.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación, el uso de las redes sociales, como herramienta de información y gestión municipal, no es nada eficiente para la transparencia del GAD de Guayaquil. Durante el análisis de los resultados se hizo una compilación de datos correlacionales para determinar el grado de satisfacción de los guayaquileños con respecto a la gestión municipal, pues en medio de esta selección se ubicó los datos en categorías, confianza, tangibilidad, seguridad, empatía y respuesta en redes sociales.

Cabe señalar que la confiabilidad, tangibilidad y seguridad son elementos esenciales para la gestión en redes, sin embargo, la empatía y respuesta son elementos principales de la interacción, por lo tanto, en el análisis de contenido exploratorio y las encuestas se obtuvo un valor negativo, percepción que es el reflejo de la deficiencia institucional en redes sociales, ya que no hubo reciprocidad, ni responsabilidad compartida entre los actantes.

En relación al interés público de los guayaquileños en redes sociales hay una marcada preferencia por los temas de seguridad, salud, bienestar social, turismo entre otras. Ahora bien, no siempre el municipio toca los temas de la ciudadanía, por el contrario, unilateralmente se agenda el posicionamiento de la información en función del cumplimiento del artículo 8 de la Ley de Comunicación.

Es decir que el 88% del volumen de la información pública que circula en las redes pasa por el ámbito informativo, y se encuadra de la siguiente manera, un 32.9% en información institucional, un 23.5% en información social y un 32.6% en información educativa, por tal razón, el 60% de los encuestados considera que la información pública por parte del cabildo en redes sociales es altamente positiva.

Desde esta perspectiva, la intervención del GAD de Guayaquil en redes sociales es mantener presencia como una web 1.0, aparentemente no se visualiza como un canal alternativo de comunicación. Así lo revela el análisis de resultados, seis de cada diez personas consultadas tiene conocimiento de que el Municipio de Guayaquil está en las redes sociales y posee una página web oficial, sin embargo, ocho de cada diez personas no son usuarios de los servicios digitales del municipio. Por lo tanto, el acercamiento ciudadano es reducido.

En efecto, el aporte de esta investigación es haber identificado las fortalezas y debilidades del manejo de las redes sociales por parte del GAD de Guayaquil. A pesar que cuenta con los recursos técnicos y administrativos idóneos para mantener un flujo comunicativo en redes, sin embargo, no ha logrado una estrategia para la interacción social, ni ha vinculado a la ciudadana en las políticas públicas.

6.2. RECOMENDACIONES

Dentro del desarrollo de este trabajo, se presentaron algunas ventajas y desventajas del uso de las redes sociales que requieren mejorar la presencia institucional (marca personal), así como también optimizar los procesos comunicativos (marketing digital), al igual que el manejo de la práctica periodística y tecnológica (Community Manager).

Quienes están a cargo de la gestión comunicativa del Municipio de Guayaquil se ven enfrentados a una tarea de múltiple complejidad, pues ahora se requiere de un alto nivel de competencia profesional, ya que la información en redes sociales, especialmente, Facebook y Twitter, cada vez se procesa más rápido y presenta nuevos desafíos.

En este contexto los gobiernos municipales necesitan salir de los periodos de confort o amnesia que presenta a la hora de visibilizarse en redes sociales, pues es necesario redirigir la información pública para complementarla con el sitio web oficial y se debe tener una política pública sobre el manejo de redes sociales para la institución.

Además, debe pensarse en una curaduría de contenido para que no se repita o repliquen los mismos contenidos en cada una de las redes sociales, ya que las redes sociales tiene su propia filosofía y dimensión que debe ajustarse a un modelo de comunicación pública.

Ciertamente, la sociedad requiere de una institución o agencia que gestione apropiadamente las necesidades comunicativas y los recursos de datos, aquellos que ayuden a comprender los múltiples aspectos políticos, sociales y económicos de la cotidianidad.

Por ello, se plantea la creación de una Agencia de Comunicación y Data Marketing, estructura organizacional del periodismo especializado con recursos informáticos y éticos para la recuperación de datos e información privilegiada para los ciudadanos.

REFERENCIAS

- Abelló, H. A. (2008). *Gobierno electrónico en Chile: Estado del arte*. Revista OPERA, 8(8), 205-207. Recuperado 27 de junio del 2016 de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/775>
- Albornoz, B., y Rivero, M. (2007). *Experiencias andinas de Gobierno electrónico: La problemática de la participación ciudadana* (1ra. Edición). Quito-Ecuador: Flacso. Recuperado 28 de enero del 2016 de http://www.flacso.org.ec/docs/gob_electronico.pdf
- Amoroso, Y. (2011). Construyendo el e-G y la sociedad del conocimiento. Revista Cubana de Derecho, (37), 157-158. Recuperado 28 de enero del 2016 de <http://www.lex.uh.cu/sites/default/files/6.%20RCD%20-%2037%20Enero%20-%20jun.%202011%20-%20IV%20Epoca.pdf>
- Armas Urquiza, R., & Armas Suárez, A. (2011). Gobierno electrónico: fases, dimensiones y algunas consideraciones a tener en cuenta para su implementación, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado 23 de junio de 2015 de <http://www.eumed.net/rev/cccss/13/auas.htm>
- Artigas, D. (2008). *Quórum Académico* (Vol. 5). Quórum Académico. Recuperado 28 de enero del 2016 de https://books.google.com.ec/books?id=Q37zS0O4XXUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial N° 449. Recuperado 9 de julio de 2015 de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf.
- Asamblea Nacional. (2010). *Ley Orgánica de Participación Ciudadana*. Registro Oficial Suplemento N° 175. Recuperado 9 de julio de 2015 de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org6.pdf
- Banegas, D., & Rivera, D. E. (2012). Análisis de la empresa informativa impresa y digital de Ecuador. *Revista Razón y palabra*, 17(79), 56-22. Recuperado 28 de octubre de 2015 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19952441105>
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido* (3ra. Edición). Madrid - España: Ediciones AKAL. Recuperado 8 de junio de 2016 de https://books.google.com.ec/books?id=lvhoTqll_EQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Barredo, D. (2013). *El Modelo Integrado de Evaluación de la Comunicación Organizacional en Ecuador: un estudio exploratorio a partir del diagnóstico de la ESPOCH y de CIESPAL (2013-2014)*. 1, 4, 173-208. Recuperado 8 de julio de 2016 de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/136/150>
- Barredo, D. (2013). *La crisis de credibilidad de la gestión institucional: hacia la generación de confianza en la era del ciberespacio*. *Revista Chasqui*, 0(123), 41-47. Recuperado 28 de junio de 2016 de

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7970/2/REXTN-CH123.pdf>

- Barredo, D. (2015). *El análisis de contenido. Una introducción a la cuantificación de la realidad*. Revista San Gregorio, 0(0), 26-31. Recuperado 18 de junio de 2016 de <http://www.revista.sangregorio.edu.ec/index.php/RSANG/article/view/113>
- Bernazza, C., & Longo, G. (2014). Debates sobre capacidades estatales en la Argentina. Un estado del arte. Revista Estado y Políticas Públicas, 2(3), 107–130. Recuperado 8 de junio de 2016 de http://www.claudiabernazza.com.ar/htm/documentos/capacidades_estatales.pdf
- Bingham, L. B. (2010). *The Next Generation of Administrative Law: Building the Legal Infrastructure for Collaborative Governance* (Wisconsin Law Review, Vol. 10). Recuperado 23 de junio de 2016 de <http://ncdd.org/rc/wp-content/uploads/2010/09/Bingham-LegalInfrastructureWisc2010.pdf>
- Bonina, C. (2005). *Tecnologías de información y Nueva Gestión Pública: experiencias de gobierno electrónico en México*. Recuperado 23 de abril de 2016 de <http://www.inap.mx/portal/images/RAP/tecnologias%20de%20informacion%20y%20nueva%20gestion%20publica.pdf>
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F. (2012). *Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities*. Govern-

ment Information Quarterly, 29(2), 123-132. Recuperado 20 de mayo de 2016 de

<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0740624X1200010X>

Bosch, M. (2014). *Cóncavo y convexo: Documentación y Humanidades Digitales, punto de inflexión. I Jornadas Nacionales de Humanidades Digitales. Asociación Argentina de Humanidades Digitales*, Buenos Aires. Recuperado 20 de mayo de 2016 de

<http://aahd.com.ar/sites/default/files/novedades/adjuntos/Actas%20HD%202014.pdf>

Calderón, C., y Lorenzo, S. (2010). *Open Government - Gobierno Abierto*, Alción Editores. Recuperado 23 de marzo de 2016 de

<https://es.scribd.com/doc/39496858/Open-Government-Gobierno-Abierto>

Caldevilla, D. (2009). *Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. Pensar la Publicidad*. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 3(2), 31-48. Recuperado 2 de marzo de 2016 de

<http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0909220031A>

Caldevilla, D. (2010). *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*. Revista Universidad Complutense de Madrid, 33, 45-68. Recuperado 22 de marzo de 2016 de

<https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/DCIN1010110045A/18656>

- Campillo, C. (2010). Comunicación pública y administración municipal: una propuesta de modelo estructural. *Revista de la Universidad de Alicante*, IV(1), 45-62. Recuperado 22 de diciembre del 2015 de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/19632>
- Campillo, C. (2011). *La gestión estratégica de la información municipal. Análisis de temas, su tratamiento e irrupción en el ayuntamiento de elche (1995-2007)*. *adcomunica*, 3. Recuperado 22 de diciembre del 2015 de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/viewFile/52/80>
- Canel, M. J., y García, A. (2013). *Comunicar gobiernos fiables. Análisis de la confianza como valor intangible del Gobierno de España*. *Revista Zer*, 18(34), 29-48. Recuperado 28 de junio del 2015 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4248337>
- Capón, M. (2012). «*Las nuevas vitrinas de la red*» (pdf). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso - Ecuador Universidad de Cuenca-Facultad de Filosofía, Quito - Ecuador. Recuperado 10 de septiembre del 2015 de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6430/2/TFLACSO-2012MCV.pdf>
- Castells, M. (2010). *Comunicación y poder (Traducción)*. Madrid - España: Alianza Editorial S.A. Recuperado 28 de enero del 2016 de <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v29n57/v29n57a39.pdf>

- Castells, M. (2016). *Comunidades virtuales o sociedad*. Recuperado 24 de enero del 2016 de <http://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/6442/3/404005%20Comunidades%20virtuales%20o%20sociedad%20redcap4.pdf>
- Cattafi, R., Sanoja, A., Carballo, Y., y Zambrano, N. (2008). *Gobierno-e en América Latina*. Caracas: Universidad Central de Venezuela. Recuperado 23 de junio del 2016 de https://www.academia.edu/25955925/Gobierno-e_en_Am%C3%A9rica_Latina
- Chateau, J., Márquez, M., y Gutiérrez, P. (2003). *Gobierno Electrónico en Chile: Estado del Arte*. Recuperado 24 de junio de 2016 de <http://www.e-derecho.cl/downloads/gobiernoelectronicoenchilepdf.pdf>
- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R., y Hovy, E. (2010). *Government 2.0: Making connections between citizens, data and government*. *Information Polity*, 15(1), 1.
- Cleary, E. (2011). *El poder y los valores en Weber, Freud y Kelsen, a la luz del «nuevo paradigma científico» y en relación con América Latina*. *Polis* (Santiago), 10(29), 433-461. http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0718-65682011000200014&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Cloutier, J. (2001). *L'Ere d'Emerrec*. Presses de l'Université de Montréal.
- Codagnone, C., y Konstantinou, Z. (2012). *Policy Lessons from a Decade of e-Government, eHealth and eInclusion*. *The European Journal of*

ePractice, Vol.15. Recuperado 12 de junio de 2016 de
https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/67/17/92/ePractice%20Journal-Vol.15-Feb_Mar%202012.pdf

Conatel. (2002). *La Agenda de Conectividad del Ecuador*. Resolución No. 379-17-CONATEL-2000. Recuperado 28 de septiembre de 2016 de
<http://www.flacsoandes.edu.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=25940>

Conatel. (2002). *La Agenda de Conectividad del Ecuador*. Resolución No. 379-17-CONATEL-2000. Recuperado 28 de septiembre de 2016 de
<http://www.flacsoandes.edu.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=25940>

Cortés, J. D., Cardona, D. F., y Wong, M. (2014). *Gobierno electrónico: Diagnóstico de eficiencia en municipios del programa MuNet II – Caso Panamá*. Bogotá: Universidad del Rosario. Recuperado 24 de junio de 2016 de
http://www.urosario.edu.co/Administracion/documentos/Documentos-de-Investigacion/BI_148-Web.pdf

Coursey, D., y Norris, D. F. (2008). *Models of E-Government: Are They Correct? An Empirical Assessment*. Public Administration Review. Recuperado 21 de junio de 2016 de
http://wiki.dbast.com/images/temp/2/2f/20090314050850!Models_of_E-Government-_Are_They_Correct-_An_Empirical_Assessment.pdf

Criado, J. I. (2013). *Nuevas tendencias en la gestión pública*. Recuperado 24 de enero de 2016 de

https://books.google.com.ec/books/about/Nuevas_tendencias_en_la_gesti%C3%B3n_p%C3%ABlic.html?hl=es&id=CwMoDAAAQBAJ

Criado, J. I., y Rojas, F. (2013). *Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto* -.

Recuperado 24 de enero de 2016 de

http://americo.usal.es/iberoame/sites/default/files/criado_redes_sociales_digitales.pdf

De la Peña Aznar, J. (2014). *¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural?* Recuperado 23 de junio de 2016 de

http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/8RedesSociales_JPen%CC%83a.pdf

Demers, F., y Lavigne, A. (2007). *La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación*. Recuperado 1 de diciembre de 2015 de

http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/cys8_2007/cys_n8_4.pdf

Denhardt, J. V., y Denhardt, R. B. (2011). *The New Public Service: Serving, Not Steering*. M.E. Sharpe.

Dinsdale, G., Chhabra, S., y Rath-Wilson, J. (2002). *Guía práctica para el gobierno electrónico: Cuestiones, impactos y percepciones*. Centro Canadiense de Gestión. Recuperado 22 de junio de 2016 de

<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5878/Gu%C3%ADa%20pr%C3%A1ctica%20para%20el%20gobierno%20electr%C3>

%B3nico%3A%20Cuestiones,%20impactos%20y%20percepciones.pdf?sequence=1

- Echeverría, G. (2005). *Apuntes Docentes de Metodología de investigación: Análisis cualitativo por categorías*. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Escuela de Psicología. Recuperado 24 de septiembre de 2016 de https://www.academia.edu/9444115/Apuntes_Docentes_de_METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION_ANALISIS_CUALITATIVO_POR_CATEGORIAS
- Ellison, N. B., y Boyd, D. M. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/abstract>
- Fainholc, B. (2011). *Un análisis contemporáneo del Twitter*. *RED. Revista de Educación a Distancia - Universidad de Murcia*, (26), 1-12. Recuperado 24 de junio de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54718738003>
- Fernández, M., y Paniagua, F. (2012). *El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales*. Recuperado 14 de septiembre de 2015 de <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/240-F500009ce2401342179790-ponencia-1.pdf>

- Fernández, N., y Deleersnyder, D. (2013). *El gobierno electrónico como llave para una nueva participación ciudadana: Experiencias de municipios argentinos. En El gobierno electrónico a nivel local: Experiencia, tendencias y reflexiones*. Fundación CIPPEC y Universidad de San Andrés. Recuperado 24 de junio de 2016 de <http://www.cippec.org/documents/10179/11301/L,%20DL,%20El+gobierno+electr%C3%B3nico+a+nivel+local,%202013.pdf/a1b6dc13-bcbb-4b65-9a97-36ef48f07cb6>
- Fountain, J. E. (2004). *Building the Virtual State: Information Technology and Institutional Change*. Brookings Institution Press.
- Fumero, A., Sáez, F., Cerezo, J. M., y Roca, G. (2007). Web 2.0. Recuperado 8 de mayo de 2016 de <http://www.bibliotecadigital.org/handle/001/435>
- García, F. (2002). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. Editorial Limusa.
- Gascó, M. (2013). *No es oro todo lo que reluce: ¿qué hay detrás de las promesas de gobierno abierto en Iberoamérica?* Montevideo. Recuperado 24 de junio de 2016 de <http://siare.clad.org/fulltext/0075032.pdf>
- Gelado, J. A., Orduña, O. I. R., Antúnez, J. L., Moral, J. A. del, y Casas-Alatriste, R. (2007). *Web 2.0: Manual (no oficial) de uso (Divulgación)* (1ra. Edición). Madrid: ESIC Editorial.
- Gelanzé, F. (2014). *Gobierno electrónico municipal en el Estado Carabobo. República Bolivariana de Venezuela*. Revista Memoria Política, (3), 252-268.

- Gil García, J. R. (2012). *Enacting electronic government success an integrative study of government-wide websites, organizational capabilities, and institutions*. New York: Springer. Recuperado 2 de junio de 2015 de <http://www.books24x7.com/marc.asp?bookid=54149>
- Girard, F. (2002). *Políticas públicas y tecnología: el Comité Nacional para la Sociedad de la Información - Un proyecto en red*. En Colección de Documentos. Instituto Internacional de Gobernabilidad. Recuperado 24 de agosto de 2015 de <https://florille.files.wordpress.com/2010/02/girard.pdf>
- Goffman, E. (2001). *La representación de la persona en la vida cotidiana*. Doubleday y Company. Recuperado 24 de agosto de 2015 de http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/files/2013/03/Goffman_La-presentaci%C3%B3n-de-la-persona.pdf
- Goldstein, R. (2009). *Aportes para un marco conceptual del gobierno electrónico orientado al ciudadano/a y sus derechos, y al desarrollo integral en América Latina*. Presentado en XIV Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Brasil. Recuperado 24 de junio de 2016 de <http://siare.clad.org/fulltext/0063437.pdf>
- Gumucio-Dagron, A. (2010). *Cuando el doctor no sabe: Comentarios críticos sobre promoción de la salud, comunicación y participación*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, XVI (31), 67-93.
- Hernández, W. D. (2009). *La contratación por medios electrónicos en el marco de la Comunidad Andina. Estado del arte*. Civilizar, 89.

- Hueso, A., y Cascanti, M. J. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación*. Editorial Universitat Politècnica de València. Recuperado 24 de junio de 2016 de <https://riunet.upv.es/handle/10251/17004>
- INEC. (2013). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC)*. Recuperado 24 de octubre de 2015 de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
- Jarvis, J. (2012). *Partes públicas: Por qué compartir en la era digital mejora nuestra manera de trabajar y vivir*. Grupo Planeta.
- Jiménez, J. A. (2010). *El papel de las TIC en el desarrollo: una mirada desde la construcción social de la tecnología en el caso Ecuatoriano*. Íconos: Revista de Ciencias Sociales, (37), 87-97.
- Kaplan, A., y Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons. Recuperado 24 de junio de 2016 de <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>
- Kaufman, E. (2005). *E-Ciudadanía, Prácticas de Buen Gobierno y TIC*. Recuperado 24 de febrero de 2016 de http://www.legislarbien.com.ar/artsAdj/113517530411_paper_e-governemnt_e_kaufman.pdf

- Kaufmann, J., Sanginés, M., y García, M. (2015). *Construyendo gobiernos efectivos: Logros y retos de la gestión pública para resultados en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado 24 de abril de 2016 de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6960/Construyendo-gobiernos-efectivos.pdf?sequence=1>
- Ladrón de Guevara, L. (2010). *La Comunicación Pública como herramienta democrática*. Recuperado 1 de noviembre de 2015 de <http://www.revistadircom.com/redaccion/comunicacion/593-comunicacion-publica-liliana-ladron-de-guevara.html>
- LOTAIP. (2004). *Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública*. Recuperado 3 de octubre de 2015 de <about:reader?url=https%3A%2F%2Finformaciontransparente.wordpress.com%2Fflotaip%2F>
- Lozares, C. (1996). *La teoría de redes sociales*. Recuperado 24 de octubre de 2015 de <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p103.pdf>
- Marín Gutiérrez, I., Rivera Rogel, D., y Celly Alvarado, S. (2014). *Estudio sobre formación en competencia audiovisual de profesores y estudiantes en el sur de Ecuador*. Cuadernos.info, 35, 119-131. <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.35.628>
- Mariñez, F. (2013). *¿Qué transparencia requiere el gobierno Abierto?* Revista de Gestión Pública, II(2), 303-333.
- Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. CIS.

- Meijer, A. J., Curtin, D., y Hillebrandt, M. (2012). *Open government: connecting vision and voice. International. Review of Administrative Sciences*, 78(1), 10-29.
<http://ras.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0020852311429533>
- Mergel, I. (2012). *Social Media in the Public Sector: A Guide to Participation, Collaboration and Transparency in The Networked World*. John Wiley & Sons.
- Metcalf, L. (1996). *Gestión pública: de la imitación a la innovación*. En *Lecturas de gestión pública*, 1996, ISBN 84-340-0907-2, págs. 77-100. Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), Boletín Oficial del Estado, BOE. Recuperado 22 de junio de 2016 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=613292>
- Minalla, C. (2011). *Avances Tecnológicos en Ecuador*. Universidad Ecotec. Recuperado 20 de junio de 2016 de http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudian-tes%5Ctrabajos_de_clases/26954_2011_PASANTIAS_TRECALDE_000000682.pdf
- Moreno, H., Sin Triana, H., y Silveira, S. (2007). *Conceptualización de arquitectura de gobierno electrónico y plataforma de interoperabilidad para América Latina y el Caribe*. CEPAL. Recuperado 24 de junio de 2016 de <http://archivo.cepal.org/pdfs/2007/S2007320.pdf>
- Mulgan, G., y Albury, D. (2003). *An evolving, not finished piece of work - innovation_in_the_public_sector*.PDF. Recuperado 8 de abril de 2016 de

http://www.sba.oakland.edu/faculty/mathieson/mis524/resources/readings/innovation/innovation_in_the_public_sector.pdf

Nacke, M., y Cellucci, M. (2013). *La planificación estratégica: herramienta para la transparencia y la rendición de cuentas en el gobierno local*. Buenos Aires: CIPPEC. Recuperado 24 de junio de 2016 de

<http://www.gobiernolocal.gob.ar/sites/default/files/La%20planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf>

Naser, A., y Concha, G. (2011). *El Gobierno Electrónico en la Gestión Pública*. CEPAL. Recuperado 26 de junio de 2016 de

http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/54303/El_Gobierno_electronico_en_la_gestion_Publica.pdf

Navarra, G. (2011). *Comunicación institucional, plan de comunicación, Administraciones públicas*. Recuperado 10 de septiembre de 2016, de

<http://www.navarra.es/nr/rdonlyres/5fbd54a1-d7cf-4eaf-9ec3-43ad2fcd3a9e/0/guiaparaelaborarunplandecomunicacion2012x.pdf>

Neyra, K. (2010). *Análisis del esquema organizacional, y funcional de la Oficina*

Nacional de Gobierno Electrónico e informático. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado 4 de junio de 2016 de

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1382/1/Neyra_Ik.pdf

OCDE. (2010). *La construcción de un gobierno abierto e innovador para mejorar las políticas y los servicios entrega*. Recuperado 4 de junio de

2016 de <http://www.oecd.org/gov/46560128.pdf>

OEA. (2007). *Estudio Especial sobre el derecho de Acceso a la Información*.

Recuperado 31 de octubre de 2015 de

<http://cidh.oas.org/relatoria/section/Estudio%20Especial%20sobre%20el%20derecho%20de%20Acceso%20a%20la%20Informacion.pdf>

Oszalak, O. (2013). *Gobierno abierto: hacia un nuevo paradigma de gestión pública*. Colección de documentos de trabajo sobre e-Gobierno. Re-

cuperado 12 de junio de 2016 de

<https://www.oas.org/es/sap/dgpe/pub/coleccion5RG.pdf>

Oszlak, O. (2012). *Gobierno Abierto: Promesas, Supuestos, Desafíos* (pp. 1-26). San Juan de Puerto Rico. Recuperado 25 de junio de 2016 de

<http://www.oscaroszlak.org.ar/images/articulos-espanol/Gobierno%20abierto.pdf>

Pando, D., Fernández Arroyo, N., Calamari, M., Nacke, M., Stalker, G., Poggi, E.,... Deleesnydor, D. (2013). *El gobierno electrónico a nivel local*.

Experiencias, tendencias y reflexiones. (1ra. Edición). Fundación CIPPEC y Universidad de San Andrés. Recuperado 24 de junio de 2016 de

<http://www.cippec.org/documents/10179/11301/L,%20DL,%20El+gobierno+electr%C3%B3nico+a+nivel+local,%202013.pdf/a1b6dc13-bcbb-4b65-9a97-36ef48f07cb6>

Parra, F. P. (1983). *Elementos para una teoría formal del sistema social: una orientación crítica*. Editorial Complutense.

Pauta, J. C. (2007). *Gerencia Digital de Gobierno Local: Una Aplicación al Gobierno Provincial del Azuay, año 2006* (Maestría). Universidad del

Azuay. Recuperado 24 de enero de 2016 de

<http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2999/1/06450.pdf>

Peña, B. (2011). *La socialización a través de las redes*. Redmarka: revista académica de marketing aplicado, (7), 5-

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125886>

Peñaherrera, M. (2011). *Evaluación de un programa de fortalecimiento del aprendizaje basado en el uso de las TIC en el contexto ecuatoriano*.

Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa, 4(2), 72-91.

Pereira, J. M., y Cadavid, A. (2010). *Comunicación, desarrollo y cambio social: Interrelación entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*.

Bogotá-Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado 2

de junio de 2016 de

http://biblioteca.unach.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=9137#.V-sABMII--I

Plata, D. (2008). *Herramientas de Investigación Social*. Recuperado 24 de junio de 2016 de

<http://www.huila.gov.co/documentos/educacion/huilaensena/derechos%20humanos/III%20TALLER/HERRAMIENTAS%20DE%20INVESTIGACION%20SOCIAL.pdf>

Poggi, E. (2013). *Gobierno Electrónico, Gobierno Local y Gestión Tecnológica*.

En El gobierno electrónico a nivel local: Experiencias, tendencias y reflexiones (1ra Edición). Fundación CIPPEC y Universidad de San

Andrés. Recuperado 24 de junio de 2016 de

<http://www.cippecc.org/documents/10179/11301/L,%20DL,%20El+gob>

ierno+electr%C3%B3nico+a+nivel+local,%202013.pdf/a1b6dc13-bcbb-4b65-9a97-36ef48f07cb6

Ramírez-Alujas, Á. (2004). *El proceso de reforma del Estado y modernización de la gestión pública en Chile*. Recuperado 8 de julio de 2016 de https://www.academia.edu/1330095/El_proceso_de_reforma_del_Estado_y_modernizaci%C3%B3n_de_la_gesti%C3%B3n_p%C3%BAblica_en_Chile

Ramírez-Alujas, Á. (2011). *Gobierno abierto y modernización de la gestión Pública. Tendencias actuales y el (inevitable) camino que viene*. Reflexiones seminales. Recuperado 8 de julio de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96021303006>

Ramírez, J., Rincón, D., y Romero, M. G. (2010). *Gobierno electrónico: un signo de inclusión digital y poder popular*. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4), 709-720.

Reg. N° 22. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Recuperado 8 de julio de 2016 de <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

Resina de la Fuente, J. (2010). *Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: El impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana*. *Mediaciones Sociales*, 0(7), 143-164. <http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO1010220143A>

- Reyes, P. (2011). *Ciudadanas 2020: el gobierno de la información*. Instituto Chileno de Derecho y Tecnologías.
- Rivera, J. de. (2010). *Socialización Tecnológica: La expresión de la Identidad personal y nuevas formas de relación social en las redes sociales de Internet*. Recuperado 8 de septiembre de 2015 de <http://sociologiayredessociales.com/textos/SocializacionTecnologica-JavierdeRivera.pdf>
- Rochet, C., Keramidas, O., y Bout, L. (2008). Crisis as change strategy in public organizations. *International Review of Administrative Sciences*, 74(1), 65-77.
<http://ras.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0020852307085734>
- Rojas, O. I. (2007). *Web 2.0: manual (no oficial) de uso*. ESIC Editorial.
- Sacristán, T. (2009). *e-Gobierno para un mejor gobierno*. Madrid: OECD Publishing. Recuperado 8 de junio de 2016 de https://books.google.com/books?id=MBfWAgAAQBAJypg=PA4ylpg=PA4ydq=e-Go-bierno+para+un+Mejor+Gobierno.+Madrid:+Instituto+Nacional+de+Administra-ci%C3%B3n+P%C3%BAblica.ysource=blyots=i1JqmlGwrNysig=8-3rnOpFkDyZowOIUsRuyL0o_FYyhl=esysa=Xyved=0ahUKEwjJtrrBpbHPAhVBVT4KHai1DIYQ6AEIzAC#v=onepageyq=e-Go-bierno%20para%20un%20Mejor%20Gobierno.%20Madrid%3A%20I

nstitu-

to%20Nacional%20de%20Administraci%C3%B3n%20P%C3%ABlic
a.yf=false

Sæbø, Ø., Rose, J., y Nyvang, T. (2009). *The Role of Social Networking Services in eParticipation*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. Recuperado 18 de junio de 2016 de <https://pdfs.semanticscholar.org/1ea8/d535bf827237de104cbabbb70e5f17700770.pdf>

Sánchez, C. A., y Rincón, E. (2004). *Municipio Digital y Gobierno Electrónico*. Revista Universitas, 53(107), 813-847.

Sánchez, J. M. (2011). *Estudio y análisis de uso de las redes sociales en la ciudad de Cuenca y elaboración de un manual de buenas prácticas de usuario*. Cuenca. Recuperado 8 de septiembre de 2015 de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3349/1/UPS-CT002088.pdf>

Sancho, D. (2002). *Gobierno electrónico y participación: factores de éxito para su desarrollo*, 1-15. <http://ictlogy.net/bibliography/reports/projects.php?idp=1624>

Sanz, L. (2003). *Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes*. Recuperado 8 de julio de 2016 de <https://digital.csic.es/handle/10261/1569>

Schiavo, E., Quiroga, S., Carceglia, D., Coppolecchio, L., y Cravacuore, D. (2001). *Internet y sociedad en América Latina y el Caribe: Internet y gestión local hacia la creación del habitus en el ciudadano*. Flacso

Ecuador. Recuperado 8 de enero de 2015 de

<http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/44934.pdf>

Tilly, C., y Wood., L. (2010). *Los movimientos sociales 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Egedsa (Barcelona). Recuperado 18 de junio de 2016 de

<http://www.ugr.es/~eirene/actividades/miradasalmundo/sesion6/texto1.pdf>

Valenzuela, R., y Bojórquez, J. A. (2015). *Modelos de implementación del gobierno abierto en México* (1ra. Edición). Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado 26 de junio de 2016 de

https://www.academia.edu/26790253/_2016_Cap%C3%ADtulo_5_Modelos_de_implementaci%C3%B3n_del_gobierno_abierto_en_M%C3%A9xico_pp._125-152.pdf

Valles, M. S. (2002). *Entrevistas cualitativas*. CIS.

Vanhommerig, I., y Karré, P. M. (2014). *Public accountability in the Internet age: changing roles for governments and citizens*. *International Review of Public Administration*. Recuperado 27 de junio de 2016 de

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/12294659.2014.928477>

Vera, P. (2010). *Entornos virtuales. Entre el ciudadano-usuario y los gobiernos locales. La Trama de la Comunicación*. Recuperado 8 de junio de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927064018>

Villoría, M., y Ramírez-Alujas, Á. (2013). *Los modelos de gobierno electrónico y sus fases de desarrollo: Un análisis desde la teoría política. Gestión*

y *Política Pública*. Recuperado 14 de junio de 2016 de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13331692003>

Windrum, P., y Koch, P. M. (2008). *Innovation in Public Sector Services: Entrepreneurship, Creativity and Management*. Edward Elgar Publishing.

Yanome, M. (2008). *El concepto de servicio público y su régimen jurídico en México*. Recuperado 23 de junio de 2016 de
<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2544/31.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de Encuesta


MAESTRIA EN PERIODISMO
PROYECTO DE TITULACIÓN
ENCUESTA

Objetivo: Evaluar el impacto social de la presencia de la información pública en las distintas plataformas mediáticas del Municipio de Guayaquil.

A. DATOS GENERALES

SEXO: M F EDAD: _____

PARROQUIA: _____ SECTOR: _____

OCUPACIÓN: _____ EMPLEADO: Privado Público

B. LUGAR DE CONEXIÓN

Usted se conecta a Internet desde (Puedes elegir más de una opción)

Casa Universidad Trabajo

Centros Comerciales Lugares públicos No se conecta

C. DISPOSITIVO DE ACCESO

Computadora Laptop Locutorio

Tablet iPhone Smartphone

D. RED SOCIAL ELEGIDA

¿Posees alguna cuenta en alguna red social?

SI NO

¿Se le impone su uso?

SI NO

¿Qué red social posee? (Puedes elegir más de una opción)

[] FACEBOOK  [] TWITTER  [] INSTAGRAM  [] HI5 

OTRA: _____

¿Qué es lo primero que revisa en su red social?

[] Comentarios [] Fotos [] Mensajes

[] Actualización de datos [] Solicitud de amistad [] Visitas recibidas



MAESTRIA EN PERIODISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

E. MOTIVOS DE USO

¿Para qué utilizas las redes sociales? (Puedes elegir más de una opción)

- Para estar en contacto con mis amigos
- Para conocer gente nueva
- Para buscar información
- Para consumir mi tiempo libre
- Por trabajo o relaciones profesionales
- Para utilizar aplicaciones o juegos
- Para colaborar con ideas
- Otra. ¿Cuál? _____

F. FRECUENCIA DE USO

¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?

- Todos los días, más de una hora diaria
- Todos los días, menos de una hora diaria
- Algunos días
- Una vez a la semana

G. INSTITUCIONES EN LA RED

¿Con la información que se ofrece en pantalla es posible saber a qué institución o empresa corresponde el sitio?

SI NO

¿Hay algún elemento gráfico o de texto que le ayuda a entender más claramente a que institución o empresa pertenece el sitio?

SI NO

¿Cuál? _____

¿Relaciona la dirección del sitio web con la institución?

SI NO



MAESTRIA EN PERIODISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

H. CONTACTO CON EL MUNICIPIO

Conoce en redes sociales la presencia del Municipio de Guayaquil.

SI NO

Conoce la página oficial del Municipio de Guayaquil.

SI NO

Actualmente es usuario del servicio web municipal de Guayaquil.

SI NO

I. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

¿Es fácil distinguir los contenidos que presenta el sitio web?

SI NO

¿Los textos usados en los contenidos de web son suficientemente descriptivos para acceder a ellos?

SI NO

Si supiera las áreas de acción y servicios municipales: ¿Cuáles serían de su mayor interés?

Ambiente	<input type="checkbox"/>	Agua Potable	<input type="checkbox"/>	Alumbrado Público	<input type="checkbox"/>	Basura	<input type="checkbox"/>
Cultura	<input type="checkbox"/>	Deporte	<input type="checkbox"/>	Educación	<input type="checkbox"/>	Espacio Público	<input type="checkbox"/>
Legalización	<input type="checkbox"/>	Mercado	<input type="checkbox"/>	Política	<input type="checkbox"/>	Presupuesto	<input type="checkbox"/>
Salud	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>	Servicios Sociales	<input type="checkbox"/>	Bienestar Social	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	Turismo	<input type="checkbox"/>	Vía Pública	<input type="checkbox"/>	Vivienda	<input type="checkbox"/>

Sabe en qué porcentaje el Municipio de Guayaquil pone a disposición la información pública en redes sociales (documentos, resoluciones, presupuesto, etc.)

10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

¿Qué porcentaje de la información pública facilitada por el Municipio de Guayaquil en redes sociales es válida, suficiente y útil para usted?

10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

J. INFLUENCIA DEL SERVICIO

Cómo calificaría el uso de los catálogos, base de datos y motores de búsqueda online del Municipio de Guayaquil.

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



MAESTRIA EN PERIODISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

Cómo calificaría los servicios municipales planeados a cubrir las necesidades de información online

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

Cómo calificaría el sistema municipal de acceso a la información pública.

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

Cómo calificaría el tiempo de respuesta municipal a un servicio online

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

Cómo calificaría la recepción de solicitudes de servicios municipales online.

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

Cómo calificaría el sistema de plazos para la entrega de documentos públicos online.

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

Cómo calificaría el diseño de la página web del municipio.

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

Cómo calificaría las ayudas web del sitio municipal.

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

Cómo calificaría la presencia gráfica del sitio web del municipio.

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

Cómo calificaría la atención online del municipio de Guayaquil.

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

Cómo calificaría el tiempo de respuesta de los tramites online.

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

K. INFORMACIÓN PÚBLICA

Cómo calificaría la fiabilidad, confianza y seguridad de la información online.

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

Cómo calificaría la utilidad de los formatos de la información pública.

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

Cómo calificaría la importancia de la información pública.

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

Anexo 2. Ficha de análisis de contenido

FICHA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: Clasificar los contenidos de las redes sociales vinculados a la transparencia, rendición de cuentas y control social de la administración municipal de Guayaquil.

A. DATOS GENERALES

FECHA: _____ PARROQUIA: _____ SECTOR: _____

RED SOCIAL:

FACEBOOK  TWITTER  INSTAGRAM  HI5 

B. PRESENCIA DE INFORMACIÓN PÚBLICA

TIPO DE CONTENIDO	NOMENCLATURA	TEXTO	DOCUMENTO	IMAGEN	AUDIO	VIDEO
Actas, acuerdos y resoluciones municipales	P/G					
Balances generales y su estado financiero	E/R					
Cobertura de servicios públicos	I/D					
Concurso de obra pública	D/P					
Contrato de compras públicas	P/G					
Convocatoria a concursos públicos	D/P					
Cronograma de obras municipales	P/G					
Entrega de tablet a mejores estudiantes	I/R					
Estadísticas financieras	E/R					
Información de eventos	I/D					
Información de hechos política	I/D					
Información institucional	I/D					
Información sobre planificación	E/R					
Información sobre presupuesto	E/R					
Informes de gestión e indicadores de desempeño	E/R					
Metas y objetivos de las unidades administrativas	P/G					
Nómina de contratos públicos	I/D					
Nómina de egresos municipales	P/G					
Nómina de empleados del municipio	P/G					
Nómina de ingresos municipales	P/G					
Nómina de inversión pública	P/G					
Nómina de los servicios municipales	I/D					
Nómina de trabajadores del municipio	P/G					
Noticias coyunturales del municipio	I/D					
Pago de impuesto con incentivo	I/R					
Presentación de reclamos	D/P					
Promoción de eventos políticos	I/D					

Promoción de la web oficial	I/D	<input type="checkbox"/>				
Publicidad de obras públicas	I/D	<input type="checkbox"/>				
Publicidad departamental	I/D	<input type="checkbox"/>				
Publicidad institucional	I/D	<input type="checkbox"/>				
Queja atendida	D/P	<input type="checkbox"/>				
Quejas formuladas	D/P	<input type="checkbox"/>				
Remuneración mensual por puesto	P/G	<input type="checkbox"/>				
Tabla de presupuesto	I/D	<input type="checkbox"/>				
Otra		<input type="checkbox"/>				

C. COBERTURA CORRESPONDIENTE

<input type="checkbox"/> Ambiente	<input type="checkbox"/> Agua Potable	<input type="checkbox"/> Alumbrado Público	<input type="checkbox"/> Basura
<input type="checkbox"/> Cultura	<input type="checkbox"/> Deporte	<input type="checkbox"/> Educación	<input type="checkbox"/> Espacio Público
<input type="checkbox"/> Legalización	<input type="checkbox"/> Mercado	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Presupuesto
<input type="checkbox"/> Salud	<input type="checkbox"/> Seguridad	<input type="checkbox"/> Servicios Sociales	<input type="checkbox"/> Bienestar Social
<input type="checkbox"/> Transporte	<input type="checkbox"/> Turismo	<input type="checkbox"/> Vía Pública	<input type="checkbox"/> Vivienda

D. VOLUMEN DE INFORMACIÓN PÚBLICA

CONTENIDO	Planes y Gestión		Información y Difusión		Dialogo y Participación		Incentivo y Reconocimiento		Evaluación y Retroalimentación		TOTAL
TEXTO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
DOCUMENTOS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
IMAGENES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
AUDIOS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
VIDEOS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
TOTAL											

Anexo 3. Guion de la entrevista

**MAESTRIA EN PERIODISMO**
PROYECTO DE TITULACIÓN

OBJETIVO: Establecer las relaciones, tendencias y uso de las redes sociales como herramienta idónea para la administración municipal del cantón Guayaquil.

ENTREVISTA

1. ¿Qué función tiene las redes sociales para el Municipio de Guayaquil?
2. ¿Cuál es la estrategia de comunicación del Municipio de Guayaquil en redes sociales?
3. ¿Cuál es la relación del Municipio de Guayaquil con los usuarios de las redes sociales?
4. ¿Cuál es la lógica de difusión del Municipio de Guayaquil en las redes sociales?
5. ¿Cuáles son los indicadores del comportamiento de los ciudadanos con respecto al Municipio de Guayaquil en redes sociales?
6. ¿Quién determina la gestión de contenido del Municipio de Guayaquil en redes sociales?
7. ¿Cuál es el tipo de información pública que se difunde el Municipio de Guayaquil en redes sociales?
8. ¿Cómo considera su presencia institucional online en redes sociales?
9. ¿Qué tipo de coordinación interna y externa mantiene el Municipio de Guayaquil con los diferentes canales de la Web oficial?
10. ¿Qué define el acceso y flujo de la información pública del Municipio de Guayaquil para sus usuarios web y de redes sociales?
11. ¿Cree que las redes sociales son una extensión de la web oficial?



MAESTRIA EN PERIODISMO
PROYECTO DE TITULACIÓN

12. ¿Cuenta el Municipio de Guayaquil un analista de tráfico en redes sociales?
13. ¿Con qué frecuencia el Municipio de Guayaquil postea los contenidos en redes sociales?
14. ¿Cuenta el Municipio de Guayaquil con políticas públicas en el uso de las redes sociales?
15. ¿Con qué target cuenta el Municipio de Guayaquil en redes sociales?