



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tema:**

ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER COMO ELEMENTO DE INTERACCIONISMO SIMBÓLICO EN GESTIÓN DE INFORMACIÓN, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL CASO TERREMOTO ECUADOR ABRIL 2016.

**AUTOR: JOSÉ FRANCISCO CHAUCA TOALA**

**TUTOR: TOMÁS RODRÍGUEZ C.**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2017**



**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en gestión de información, en la ciudad de Guayaquil, caso terremoto Ecuador 2016.		
<b>AUTOR(ES) :</b>	Chauca Toala José Francisco		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES):</b>	Tomás Humberto Rodríguez Caguana.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Facultad de Comunicación Social.		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>			
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	2017	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	111
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comunicación y nuevas tecnologías		
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Comunicación, Gestión de información, interaccionismo, sociedad, contexto tecnológico.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>			
<p>Problema: analizar ¿cómo incidió el proceso de gestión de información a partir del interaccionismo simbólico en la red social Twitter, caso terremoto Ecuador abril 2016? Objetivo: analizar a la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico y ente de gestión de información, caso terremoto Ecuador abril 2016. Hipótesis: Los elementos que permiten el análisis de la red social Twitter a partir del Interaccionismo Simbólico en los procesos de Gestión de Información, se generan en la construcción colectiva de significados dentro del contexto tecnológico evolutivo en la denominada sociedad de información. Variables: interaccionismo simbólico y gestión de información. Tipo de investigación: descriptivo. Diseño de investigación: no experimental–transeccional, Metodología: estructuralismo. Técnicas de investigación: se dividen en ocho, cuatro cuantitativas y cuatro cualitativas. Muestra: no probabilística por cuotas. Resultados: la hipótesis ha sido comprobada. Propuesta: orientada a la socialización de un plan comunicacional denominado: “acción informativa, información veraz al servicio de Twitter”.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR:</b>	<b>Teléfono:</b> 0967094570	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:josefrancisco-95@hotmail.com">josefrancisco-95@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Msc. Tomas Humberto Rodríguez Caguana		
	<b>Teléfono:</b>		
	<b>E-mail:</b> : <a href="mailto:tomas.rodriquezc@ug.edu.ec">tomas.rodriquezc@ug.edu.ec</a>		



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITUCION**

---

---

**CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD**

Habiendo sido nombrado **MSc. Tomás Rodríguez C**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **José Francisco Chauca Toala**. C.C. 0941662025, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación.**

Se informa que el trabajo de titulación: **“Análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en gestión de información, en la ciudad de Guayaquil, caso terremoto Ecuador abril 2016”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio (Urkund) quedando el **9 %** de coincidencia.

URKUND

Documento: T.T. Chauca Toala - Urkund.docx (D30316814)

Presentado: 2017-08-31 08:48 (-05:00)

Presentado por: Tomás Rodríguez Caguana (tomas.rodriguez@ug.edu.ec)

Recibido: tomas.rodriguez.ug@analysis.orkund.com

Mensaje: T.T. CHAUCA TOALA. [Mostrar el mensaje completo](#)

9% de estas 41 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

Lista de fuentes Bloques Tomás Rodríguez Caguana (tomas.rodriguez@ug.edu.ec)

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	T.T. Baico Ramones urkund.docx
Fuentes alternativas	
La fuente no se usa	

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER COMO ELEMENTO DE INTERACCIONISMO SIMBÓLICO EN GESTIÓN DE INFORMACIÓN, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL CASO TERREMOTO ECUADOR ABRIL 2016.

AUTOR: JOSÉ FRANCISCO CHAUCA TOALA TUTOR: TOMÁS RODRÍGUEZ C.

GUAYAQUIL – ECUADOR 2017

La siguiente investigación responde a la necesidad de establecer un análisis en los procesos de interaccionismo simbólico al momento de gestionar información en la red social Twitter caso terremoto Ecuador 2016, en la actualidad las plataformas virtuales permiten receptor y construir contenidos informativos mediante diferentes fuentes de información debido al auge evolutivo tecnológico. El proceso comunicacional en la actualidad referente a la participación de los usuarios en las redes sociales está marcada por los constantes cambios sociales que se producen a causa del desarrollo tecnológico, en la cual los que ejercen la comunicación desde un enfoque virtual están inmersos en la adaptación constante a estos cambios. El objeto de este análisis es definir y esclarecer los aspectos que influyen en la construcción y gestión de contenidos informativos partiendo desde la capacidad que tiene el individuo de interaccionar y participar en la construcción y percepción individual de significados. De tal manera las problemáticas evidenciadas a partir de estos patrones y necesidades en el uso de la información en redes, obligan a corregir y buscar soluciones para el proceso de gestión en twitter, teniendo como ejemplo lo sucedido el 16 de abril de 2016. Es necesario plantearse la interrogante, ¿Por que esto no está funcionando bien? Es así como se relaciona esta variable conceptual con la información ya que no se puede omitir el paupérrimo nivel informativo que se observa y consume en los medios de comunicación. En donde claramente se evidencia el

[www.secure.orkund.com](http://www.secure.orkund.com)

MSc. Tomás Rodríguez C.  
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN  
C.I. 0912602711



**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITUACION**

---

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL  
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, José Francisco Chauca Toala : con C.I. No. 0941662025 , certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Análisis de la red social twitter como elemento de interaccionismo simbólico en gestión de información en la ciudad de Guayaquil caso terremoto Ecuador abril 2016 ”.son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

---

José Francisco Chauca Toala  
C.I. No. 0941662025

\*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITUACION**

---

Guayaquil, septiembre 14 de 2017

**CERTIFICACIÓN DEL REVISOR**

Habiendo sido nombrado **Msc. Tomas Rodríguez C**, revisor del trabajo de titulación: **Análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en gestión de información, en la ciudad de Guayaquil, caso terremoto Ecuador abril 2016**. Certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **José Francisco Chauca Toala**, con C.I.0941662025, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Licenciado en Ciencias de la Comunicación**, en la carrera de **Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social**, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su respectiva sustentación

---

MSc.

Lcdo. Jefferson Flor Montece



**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITUACION**

---

**CERTIFICADO DEL TUTOR**

Guayaquil, 14 de septiembre del 2017

**SR.  
LCDO. JULIO C. ARMANZA A.  
DIRECTOR DE LA CARRERA  
FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIVERSIDAD DEGUAYAQUIL**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. El Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **Análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en gestión de información, en la ciudad de Guayaquil, caso terremoto Ecuador abril 2016** del estudiante **José Francisco Chauca Toala**, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que la estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

MSc. Tomás Rodríguez C.  
TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN  
C.I. 0912602711

## **Dedicatoria**

*Esta investigación está dedicada a DIOS principalmente.*

*A mis Padres, Alonso Chauca y Jacqueline Toala, por ser el motor fundamental en mi carrera universitaria, y brindarme su apoyo día a día.*

*A mis Abuelos, por la paciencia y consejos brindados.*

## **Agradecimiento**

A la Universidad de Guayaquil por ser mi hogar en el aprendizaje.

A la Facultad de Comunicación Social por haberme otorgado los conocimientos necesarios en mi formación.

A mi Tutor MSc. Tomás Rodríguez, por compartir sus conocimientos y valores en cada cátedra brindada a lo largo de mi investigación

A las instituciones que hicieron posible esta investigación.



**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER COMO ELEMENTO DE  
INTERACCIONISMO SIMBÓLICO EN GESTIÓN DE INFORMACIÓN, EN LA  
CIUDAD DE GUAYAQUIL CASO TERREMOTO ECUADOR ABRIL 2016.**

**Autor:** José Francisco Chauca Toala

**Tutor:** MSc. Tomás Rodríguez C.

**Resumen.**

**Problema:** analizar ¿cómo incidió el proceso de gestión de información a partir del interaccionismo simbólico en la red social Twitter, caso terremoto Ecuador abril 2016?  
**Objetivo:** analizar a la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico y ente de gestión de información, caso terremoto Ecuador abril 2016. **Hipótesis:** Los elementos que permiten el análisis de la red social Twitter a partir del Interaccionismo Simbólico en los procesos de Gestión de Información, se generan en la construcción colectiva de significados dentro del contexto tecnológico evolutivo en la denominada sociedad de información. **Variables:** interaccionismo simbólico y gestión de información. **Tipo de investigación:** descriptivo. **Diseño de investigación:** no experimental–transeccional, **Metodología:** estructuralismo. **Técnicas de investigación:** se dividen en ocho, cuatro cuantitativas; cuatro cualitativas. **Muestra:** no probabilística por cuotas. **Resultados:** la hipótesis ha sido comprobada. **Propuesta:** orientada a la socialización de un plan comunicacional denominado: “acción informativa, información veraz al servicio de Twitter”.

**Palabras claves:** comunicación, gestión de información, interaccionismo, sociedad, contexto tecnológico.



**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**ANALYSES OF THE SOCIAL NETWORK TWITTER AN ELEMENT OF  
SYMBOLIC INTERACTIONISM IN INFORMATION MANAGEMENT, IN THE CITY  
OF GUAYAQUIL AFTER EARTHQUAKE ECUADOR IN APRIL 2016.**

**Autor:** José Francisco Chauca Toala  
**Advisor:** MSc. Tomás Rodríguez C.

**Abstract**

The problem is: analyze how the information management process influenced on the symbolic interactionism in the social network Twitter, after earthquake in Ecuador April 2016? Objective: to analyze the social network Twitter as an element of symbolic interactionism and information management entity, case earthquake Ecuador April 2016. The hypothesis is: The elements that allow to have the analysis of the social network Twitter from the Symbolic Interactionism in the processes of Management of Information, are generated in the collective construction of meanings in the evolutionary technological context in the so-called information society. The variables are: symbolic interactionism and information management. The type is: descriptive. The Design is: non-experimental-transectional, The methodology is: structuralism. The research techniques: eight. Then Statistic is: not probabilistic by quotas. The results are: the hypothesis was verified. Proposal: oriented to the socialization of a communication plan named: " informative action, truthful information to the service of Twitter ".

**Keywords:** Communication, information management, interactionism, society, technological context.

## Tabla de Contenido

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA .....	II
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	III
Declaración de autoría.....	IV
CERTIFICACIÓN DEL REVISOR.....	V
CERTIFICADO DEL TUTOR.....	VI
Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento.....	VIII
Resumen. ....	IX
Abstract.....	X
Introducción .....	1
Capítulo I. ....	5
El Problema .....	5
1.1. Planteamiento del Problema .....	5
1.2. Formulación y Sistematización del Problema .....	6
1.2.1. Formulación del Problema .....	6
1.2.2. Sistematización del Problema .....	6
1.3 Objetivos de la Investigación.....	6
1.3.1 Objetivo General .....	6
1.3.2. Objetivos específicos .....	7
1.4 Justificación .....	7
1.5 Delimitación del Problema.....	8
1.6 Hipótesis.....	8
1.6.1. Detección de las variables .....	8
1.6.2. Definición conceptual de las variables.....	8
1.6.3. Definición real de las variables.....	9
1.6.4. Definición operacional de las variables .....	10
Capítulo II .....	11
2.1 Antecedentes de la investigación. ....	11
2.2. Marco Teórico .....	13
2.2.1. Comunicación .....	13
2.2.2. Redes Sociales y la Sociedad de Información.....	15
2.2.3. Interaccionismo Simbólico.....	17
2.2.4. Gestión de Información .....	20
2.2.5. Estrategias Selectivas de Información.....	22

2.2.6. Construcción colectiva de significados .....	25
2.2.7 Mecanismo social informativo .....	28
2.2.8 Nuevas bases teóricas de selección y acción informativa. ....	30
2.3 Marco Contextual .....	33
2.4 Marco conceptual.....	34
2.5 Marco Legal .....	35
Capítulo III .....	37
Marco metodológico y análisis de resultados. ....	37
3.1. Diseño de Investigación. ....	37
3.2. Tipo de Investigación. ....	37
3.3. Metodología .....	37
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación. ....	38
3.5. Población y muestra.....	39
3.6 Análisis de resultados de los instrumentos aplicados. ....	39
3.6.1. Comprobación de la hipótesis. ....	70
Capítulo IV.....	71
Diseño de la Propuesta.....	71
4.1. Propuesta.....	71
4.2. Objetivos de la Propuesta .....	71
4.2.1. Objetivo General .....	71
4.2.2. Objetivos Específicos.....	71
4.3 Planeación estratégica de la propuesta.....	72
4.4 Presupuesto de la propuesta. ....	73
.....	74
4.5. Modelo de socialización de la Propuesta. ....	75
Conclusiones .....	78
Recomendaciones .....	79
Bibliografía.....	80
APÉNDICE .....	83
<i>Certificado de la unidad de observación</i>	
<i>Apéndice 1. Certificado de la unidad de observación</i>	
<i>Apéndice 2. Aval académico</i>	
<i>Apéndice 3. Aceptación de la unidad de observación</i>	
<i>Apéndice 4. Fotografías</i>	
<i>Apéndice 5. Cuaderno de Trabajo</i>	

## Índice de Tablas

Tabla N° 1 Desarrollo operacional de las variables N° 1.....	13
Tabla N° 2 Resultados obtenidos de la pregunta N°2.....	14
Tabla N° 3 Resultados obtenidos de la pregunta N°3.....	29
Tabla N° 4 Resultados obtenidos de la pregunta N° 4.....	31
Tabla N° 5 Resultados obtenidos de la pregunta N° 5.....	39
Tabla N° 6 Resultados obtenidos de la pregunta N° 6.....	40
Tabla N° 7 Resultados obtenidos de la pregunta N° 7.....	41
Tabla N° 8 Resultados obtenidos de la pregunta N° 8.....	42
Tabla N° 9 Resultados obtenidos de la pregunta N° 9.....	43
Tabla N° 10 Resultados obtenidos de la pregunta N° 10.....	44
Tabla N° 11 Resultados obtenidos de la pregunta N° 11.....	45
Tabla N° 12 Resultados obtenidos de la pregunta N° 12.....	46
Tabla N° 13 Resultados obtenidos de la pregunta N° 13.....	47
Tabla N° 14 Resultados obtenidos de la pregunta N° 14.....	48
Tabla N° 15 Resultados obtenidos de la pregunta N° 15.....	49
Tabla N° 16 Resultados obtenidos de la pregunta N° 16.....	50
Tabla N° 17 Resultados obtenidos de la pregunta N° 17.....	51
Tabla N° 18 Resultados obtenidos de la pregunta N° 18.....	52
Tabla N° 19 Resultados obtenidos de la pregunta N° 19.....	53
Tabla N° 20 Resultados obtenidos de la pregunta N° 20.....	54
Tabla N° 21 Resultados obtenidos de la pregunta N° 21.....	55
Tabla N° 22 Resultados obtenidos de la pregunta N° 22.....	56
Tabla N° 23 Resultados obtenidos de la pregunta N° 23.....	57
Tabla N° 24 Resultados obtenidos de la pregunta N° 24.....	58
Tabla N° 25 Resultados obtenidos de la pregunta N° 25.....	59
Tabla N° 26 Resultados obtenidos de la pregunta N° 26.....	60
Tabla N° 27 Resultados obtenidos de la pregunta N° 27.....	61
Tabla N° 28 Resultados obtenidos de la pregunta N° 28.....	62
Tabla N° 29 Resultados obtenidos de la pregunta N° 29.....	63
Tabla N° 30 Resultados obtenidos de la pregunta N° 30.....	64
Tabla N° 31 Resultados obtenidos de la pregunta N° 31.....	65
Tabla N° 32 Resultados obtenidos de la pregunta N° 32.....	66
Tabla N° 33 Resultados obtenidos de la pregunta N° 33.....	67
Tabla N° 34 Resultados obtenidos de la pregunta N° 34.....	68
Tabla N° 35 Resultados obtenidos de la pregunta N° 35.....	71
Tabla N° 36 Resultados obtenidos de la pregunta N° 36.....	72
Tabla N° 37 Resultados obtenidos de la pregunta N° 37.....	73
Tabla N° 38 Resultados obtenidos de la pregunta N° 38.....	74
Tabla N° 39 Resultados obtenidos de la pregunta N° 39.....	75

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 1	Porcentaje de la pregunta N° 1	19
Gráfico N° 2	Porcentaje de la pregunta N° 2	29
Gráfico N° 3	Porcentaje de la pregunta N° 3	32
Gráfico N° 4	Porcentaje de la pregunta N° 4	39
Gráfico N° 5	Porcentaje de la pregunta N° 5	40
Gráfico N° 6	Porcentaje de la pregunta N° 6	41
Gráfico N° 7	Porcentaje de la pregunta N° 7	42
Gráfico N° 8	Porcentaje de la pregunta N° 8	43
Gráfico N° 9	Porcentaje de la pregunta N° 9	44
Gráfico N° 10	Porcentaje de la pregunta N° 10	45
Gráfico N° 11	Porcentaje de la pregunta N° 11	46
Gráfico N° 12	Porcentaje de la pregunta N° 22	47
Gráfico N° 13	Porcentaje de la pregunta N° 13	48
Gráfico N° 14	Porcentaje de la pregunta N° 14	49
Gráfico N° 15	Porcentaje de la pregunta N° 15	50
Gráfico N° 16	Porcentaje de la pregunta N° 16	51
Gráfico N° 17	Porcentaje de la pregunta N° 17	52
Gráfico N° 18	Porcentaje de la pregunta N° 18	53
Gráfico N° 19	Porcentaje de la pregunta N° 19	54
Gráfico N° 20	Porcentaje de la pregunta N° 20	55
Gráfico N° 21	Porcentaje de la pregunta N° 21	56
Gráfico N° 22	Porcentaje de la pregunta N° 22	57
Gráfico N° 23	Porcentaje de la pregunta N° 23	58
Gráfico N° 24	Porcentaje de la pregunta N° 24	59
Gráfico N° 25	Porcentaje de la pregunta N° 25	60
Gráfico N° 26	Porcentaje de la pregunta N° 26	61
Gráfico N° 27	Porcentaje de la pregunta N° 27	62
Gráfico N° 28	Porcentaje de la pregunta N° 28	63
Gráfico N° 29	Porcentaje de la pregunta N° 29	64
Gráfico N° 30	Porcentaje de la pregunta N° 30	65
Gráfico N° 31	Porcentaje de la pregunta N° 31	66
Gráfico N° 32	Porcentaje de la pregunta N° 32	67
Gráfico N° 33	Porcentaje de la pregunta N° 33	68

## Índice de Figuras

Figura N° 1	Red de RT captura directa de los datos.....	16
Figura N° 2	Modelos de gestión de Ponjuan.....	21
Figura N° 3	Relación de los servicios der información.....	24
Figura N° 4	Relación holográfica individuos sociedad.....	26
Figura N° 5	Unión Nacional Periodistas Guayas.....	33
Figura N° 6	Afiche de la propuesta.....	77



## **Introducción**

La siguiente investigación responde a la necesidad de establecer un análisis en los procesos de interaccionismo simbólico al momento de gestionar información en la red social Twitter caso terremoto Ecuador 2016, en la actualidad las plataformas virtuales permiten receptor y construir contenidos informativos mediante diferentes fuentes de información debido al auge evolutivo tecnológico.

El proceso comunicacional en la actualidad referente a la participación de los usuarios en las redes sociales está marcada por los constantes cambios sociales que se producen a causa del desarrollo tecnológico, en la cual los que ejercen la comunicación desde un enfoque virtual están inmersos en la adaptación constante a estos cambios.

El objeto de este análisis es definir y esclarecer los aspectos que influyen en la construcción y gestión de contenidos informativos partiendo desde la capacidad que tiene el individuo de interaccionar y participar en la construcción y percepción individual de significados.

De tal manera las problemáticas evidenciadas a partir de estos patrones y necesidades en el uso de la información en redes, obligan a corregir y buscar soluciones para el proceso de gestión en twitter, teniendo como ejemplo lo sucedido el 16 de abril del 2016.

Es necesario plantearse diversas aristas entorno a la actividad comunicacional si es efectiva acorde a los parámetros de la importancia de la información y sus repercusiones en la sociedad, que permiten fundamentar los principales elementos teóricos que permiten el análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en la gestión de información.

En donde claramente se evidencia el uso exagerado del sensacionalismo para obtener alcance económico por medio de las publicaciones que se realizan, antes que la esencia pura del periodismo bien realizado, prefieren transformarla en un periodismo con espíritu mercantil.

De esta manera en el capítulo II se analiza los diferentes elementos y enfoques teóricos que emergen del interaccionismo simbólico en gestión de información, abordando las características fundamentales en el proceso comunicacional y su desarrollo dentro de la sociedad.

Dentro del análisis del marco teórico se evidencia la importancia del desarrollo de cada una de las variables que fundamentan la base conceptual de esta investigación a través de los diferentes estudios que los autores aportan para la sociedad y en este caso la realización de los epígrafes a partir de las variables gestión e interaccionismo.

Al conjunto de estas acciones centradas al accionar informativo se lo denomina sociedad de la información la misma que contiene aspectos de total importancia a la hora de ser partícipes de ella y engloba ya sea de manera directa e indirecta a cada uno de los que fomentan el acto comunicacional.

Por lo general las redes sociales forman parte necesaria del desarrollo de las sociedades en el trabajo de los medios de comunicación, pero el uso de estas redes expone diferentes patrones y necesidades por parte de los usuarios que inciden directamente en los procesos de gestión y construcción de información.

Se plantea a las estrategias selectivas de información como una solución que interviene en las estructuras o modelos afectados en la clasificación de información eficiente con la deficiente tomando como punto de partida la acción que las fuentes oficiales otorgan, ya que una de las bases conceptuales de este proyecto esta direccionado al uso de las cuentas verídicas en Twitter que son el punto clave en el accionar informativo. De modo que se entienda la importancia de cada uno de los elementos teóricos abordados en los epígrafes desde cualquier contexto o problemática social referente a las redes sociales, que sin duda alguna juegan un papel fundamental en el desarrollo noticioso e informativo que se produce en la web.

En la actualidad se requiere de una inteligencia colectiva con enfoque selectivo al momento de consumir información, una sociedad que se adapte a los cambios tecnológicos que influyen en las plataformas de redes sociales ya que estas mismas en caso de Twitter ofrece varias herramientas de búsqueda de información, pero no son utilizadas correctamente por la falta de conocimiento y falta de capacidad profesional.

Por consiguiente en el capítulo III se identifican las bases metodológicas que fundamenten el análisis de la presente investigación en las diversas problemáticas expuestas a partir de la incidencia del proceso de interacción simbólica dentro de una sociedad en situación de riesgo, otorgando las herramientas necesarias que permitan evaluar las condiciones en que se gestiona la información mediante la red social twitter como elemento de interaccionismo simbólico.

Es por ello que la base metodológica de esta investigación responde al articulado correcto de cada una de sus variables en el fenómeno planteado y el alcance de sus dimensiones, los resultados expuestos en esta investigación evidencian las necesidades y errores que cierta parte de nuestra sociedad aun conlleva, puesto que el abordaje y aplicación de las técnicas y métodos de investigación facilitan la interpretación de un análisis metodológico y al desarrollo de la hipótesis para su comprobación.

Los diferentes contextos en que el ser humano se involucra, infiere en las diferentes estructuras en intercambios de información dentro de una determinada situación de riesgo, de tal manera la relevancia de la corroboración de información oficial es fundamental en el uso y construcción de información generada por las diferentes redes sociales en este caso Twitter.

El uso de las técnicas investigativas está fundamentadas en la importancia del aporte teórico que ofrece esta investigación desde la elección epistemológica hasta la elaboración del el cuaderno de trabajo, desde un sentido profesional se ha vinculado a cada uno de estos aspectos metodológicos con la necesidad de mejorar el proceso informativo que urge en nuestra sociedad.

Otorgando como resultados una múltiple variedad de interpretaciones en cada uno de los análisis y en las técnicas aplicadas, que permiten abordar este fenómeno de estudio desde un punto de vista más amplio detallado en el ámbito profesional y estudiantil, los direccionamientos de estas técnicas investigativas se basan en el uso y manejo de la red social Twitter al momento de receptor información ya sea de tipo oficial o no oficial.

Los individuos se inclinan por ser partícipes de la construcción de contenidos informativos independientes sean o no profesionales, pese a esto se contradicen evidenciando el desacuerdo en que los usuarios sean partícipes en la generación de estos contenidos.

Por ende se pretende socializar todo lo expuesto en este proyecto a través de una propuesta comunicológica que se aborda en el capítulo IV con la finalidad de fortalecer los modelos y estructuras ya conocidas, mediante una planeación específica de la propuesta realizada y detalla la funcionalidad de las variables en los dilemas que exigen las variables.

Se enfatiza la realización de foros, talleres de capacitación y diferentes planes de acción que conlleva esta socialización, con el fin de aportar al desarrollo de los procesos de gestión de información evidenciados en la red social Twitter en situaciones de relevancia nacional.

# Capítulo I.

## El Problema

### 1.1. Planteamiento del Problema

Desde el punto de vista teórico la presente investigación se apoya en las distintas teorías expuestas por otros investigadores, la misma que plantea el análisis de la red social Twitter como elemento de interacción simbólica en toda construcción de información que es generada en dicha red social.

Ecuador vivió en el pasado 16 de abril del 2016 la tragedia más grande en catástrofes naturales a causa del terremoto que destruyó gran parte de la provincia de Manabí, Twitter y otras redes sociales jugaron un papel fundamental para la construcción de contenido noticioso, demostrando su utilidad en gestión de información, siendo el eje de conexión informativa entre las diferentes provincias del país.

La importancia del buen uso y gestión de información en las situaciones de riesgos llega a ser el resultado del interaccionismo, de la comprensión de la sociedad a través de la comunicación, la capacidad de generar información útil a través de una red social suele resultar complicado por el hecho de constatar la realidad del acontecimiento, comúnmente el mundo tecnológico está lleno de diversos tipos de realidades comunicativas, que el ser humano confunde con respecto a lo que lee o informan.

De esta manera es necesaria la comprensión de todas las publicaciones en twitter de cuentas oficiales como (*Instituto Geofísico Ecuador- Riesgos Ecuador- Cruz Roja Ecuador- Ecu 911- INOCAR*) que se genera a nivel nacional especialmente en condiciones de riesgos las cuales juegan un papel importante dentro de la sociedad, debido a que la mayoría de usuarios genera su propia información sin necesidad de ser fuentes oficiales.

El constate auge de publicaciones que se relacionan a los hechos acontecidos caso terremoto Ecuador llega a influir en los demás usuarios que están al tanto de lo que sucede por tal razón es importante la corroboración con fuentes oficiales, las múltiples interacciones en twitter forman una gran red de información que son la muestra del gran desfase del uso de la comunicación en gestión de información que se genera en nuestro país, clave para el accionar de la sociedad en dicha situación.

## **1.2. Formulación y Sistematización del Problema**

### **1.2.1. Formulación del Problema**

¿Cómo incidió el proceso de interacción simbólica en la red social Twitter como ente de gestión de información en el terremoto Ecuador de abril 2016?

### **1.2.2. Sistematización del Problema**

- a) ¿Cuáles son los principales elementos teóricos que permiten el análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en la gestión de información?
- b) ¿Cuáles son las bases metodológicas que permiten el análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en la gestión de información?
- c) ¿Cuáles fueron las características fundamentales en el desarrollo del proceso de gestión informativa en la red social Twitter a partir del interaccionismo simbólico caso terremoto Ecuador 2016?
- d) ¿Qué elementos debe contener una propuesta que permita el mejoramiento de gestión de información en la red social Twitter a partir del interaccionismo simbólico?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico y ente de gestión de información de la ciudad de Guayaquil. Caso terremoto Ecuador abril 2016.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- a) Fundamentar los principales elementos teóricos que permiten el análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en la gestión de información
- b) Identificar las bases metodológicas que permitan el análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico en la gestión de información
- c) Evaluar el proceso de interacción simbólico en la red social twitter a partir de la gestión de información caso terremoto Ecuador 2016.
- d) Proponer un plan comunicacional que permita el mejoramiento de gestión de información en la red social Twitter a partir del interaccionismo simbólico

### 1.4 Justificación

Los procesos de interacción del ser humano dentro de la sociedad, relacionados a la construcción de información establecen puntos claves en la interpretación y uso de la misma, de tal manera la presente investigación permitirá evidenciar los procesos de interaccionismo simbólico tomando como referencia a la red social Twitter.

Es **importante** debido a que las actuales plataformas digitales desempeñan un rol fundamental en la capacidad del ser humano para discernir e interpretar el contenido informativo que se genera en dichas plataformas a partir desde la gestión de información, es el caso de la red social Twitter que cumple con los parámetros de generar y compartir datos informativos.

Además resulta **relevante** la corroboración con fuentes oficiales al momento de interpretar la información generada en redes sociales, pues dicha información que se transmite en un determinado contexto informativo suele trastocar su veracidad con los diferentes puntos encargados de construir información por el hecho de no pertenecer a cuentas oficiales.

De esta manera la **novedad** radica en las diferentes estrategias que el individuo como generador de contenidos informativos y receptor de los mismos, podría aplicar en los procesos de interacción social al momento de gestionar información dentro de una situación de riesgos.

## 1.5 Delimitación del Problema

El presente trabajo investigativo busca analizar la red social twitter como ente de gestión de información en el caso terremoto Ecuador 2016 para esto es necesario abordar áreas fundamentales en las características del desarrollo de gestión y el proceso de interacción simbólica basados en la construcción de información, las mismas que permitirán responder a las problemáticas planteadas.

Áreas en las cuales se construyen formas de comunicación que emergen a partir del interaccionismo en la red social, tales características facilitan el alcance de la investigación y su delimitación.

## 1.6 Hipótesis

Los elementos que permiten el análisis de la red social Twitter a partir del Interaccionismo Simbólico en el proceso de Gestión de Información, se generan en la construcción colectiva de significados dentro del contexto tecnológico evolutivo en la denominada sociedad de información.

### 1.6.1. Detección de las variables

- a) Interaccionismo simbólico
- b) Gestión de información.

### 1.6.2. Definición conceptual de las variables

En el Artículo científico, *identidad personal y subjetividad social: educación y constitución subjetiva*, de la Revista, *Cadernos de Pesquisa*, se indica que.

[...] “Las representaciones sociales que se plasman en los grupos y entre los grupos constituyen un principio organizador y generador de sentidos, y adquieren un carácter colectivo cuyos contenidos se cristalizan en las interacciones, a través de ideas, máximas o imágenes. Estas representaciones entre los grupos cumplen dos funciones: justifican los comportamientos de cada grupo y los anticipan”. (Seidmann, 2015, p. 10-11.)

En el Artículo, *El diseño de ofertas de información basado en la experiencia de usuarios. El caso del boletín Reportes de Información*, de la revista, *Métodos de información*, menciona lo siguiente.

[...] “El profesional de la información debe superarse para el diseño de servicios y productos, debido a las nuevas tipologías de usuarios que existen actualmente. Uno de los mayores retos por los que atraviesa la sociedad de la información son las brechas digitales. Las brechas digitales se identifican por el papel que juega el usuario ante las TIC. ” (Paz. Et al, 2016, p.91.)

### **1.6.3. Definición real de las variables**

En esencia la representación social se entiende como un efecto que es determinado por la participación que es plasmada en los individuos y en grupos de los mismos que inicia a partir de la interacción por ende las acciones sociales son una representación básica del sentido que emerge dentro de la sociedad.

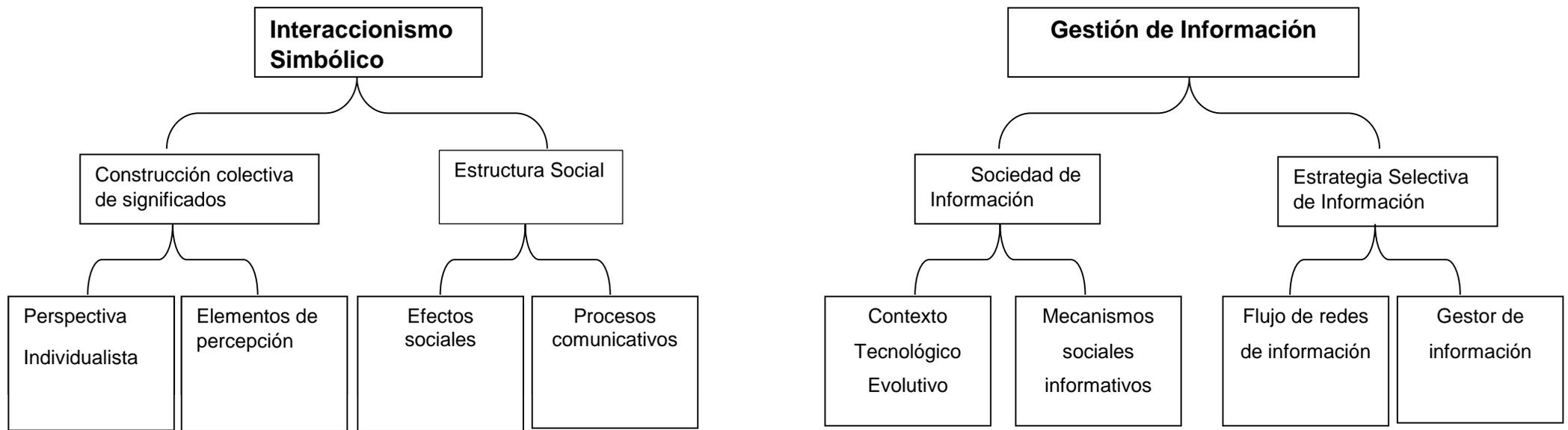
Por medio de diferentes características presentes en la actividad social del individuo se evidencia la capacidad que tiene el mismo para construir su propia perspectiva a partir de los conocimientos adquiridos, en el entendimiento y utilización del signo e interacción que inciden en las actividades colectivas que surgen en la representación de la sociedad.

Se define a la variable gestión de información como el accionar profesional dentro de los diferentes hechos en cuanto se refiere a la capacidad de construir y compartir información en la sociedad de redes, por ende guarda relación con el desarrollo tecnológico y las nuevas tipologías de usuarios que es la forma en que se maneja los productos informativos por parte de los usuarios.

La brecha digital que se evidencia en el constante desarrollo tecnológico se convierte en un reto para aquellos usuarios que aún desconocen del manejo de las TIC's, por lo tanto se requiere que dentro de estas características propias en el manejo de los productos informativos se construya las bases necesarias que permitan adquirir el conocimiento necesario en la gestión de información a partir del manejo de las tecnologías de información.

### 1.6.4. Definición operacional de las variables

Los elementos que permiten el análisis de la red social Twitter a partir del interaccionismo simbólico en el proceso de gestión de información, se generan en la construcción colectiva de significados dentro del contexto tecnológico evolutivo en la denominada sociedad de información.



**Tabla N° 1.** Desarrollo operacional de las variables.

Fuente: José Chauca  
 Elaboración: José Chauca.

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1 Antecedentes de la investigación.

En la presente investigación se evidencia el análisis en la red social Twitter tomando como elemento el Interaccionismo Simbólico, a partir del uso y gestión de información, basado en la interacción como punto clave en toda relación y desarrollo social.

A nivel mundial la Tesis *Uso de Medios digitales en la Gestión de la Reputación Corporativa: Diálogo con públicos de interés y dimensiones de percepción en Webs, Blogs, Facebook y Twitter*, señala que.

[...] “En el contexto del auge digital, han surgido planteamientos y conceptos propios, impulsados por los profesionales del marketing y la comunicación online. De esta manera se ha impuesto la tendencia a abordar la gestión de la reputación online de manera estrecha, entendiendo la Reputación como la suma de comentarios negativos y positivos que hay sobre una organización en la red”. (Restrepo, 2013, p.4)

Las diferentes organizaciones en la red, priorizan la velocidad de información mas no la calidad de información, de esta manera las organizaciones están expuestas al conjunto de comentarios positivos y negativos resultado de las percepciones por parte de los usuarios.

El mismo que la autora denomina gestión de la reputación, la red facilita el uso y recepción de información a través de los medios digitales, los profesionales encargados de la construcción de información infieran en los procesos de interacción comunicacional que se ajustan al contexto evolutivo digital.

A nivel Latinoamericano en el Artículo *Sistemas gestores de contenidos: una mirada desde las ciencias de la información* de la Revista *Cubana ACIMED*, se expone lo siguiente.

[...] “Los sistemas de información automatizados dependían esencialmente de un personal especializado y dedicado al procesamiento y gestión de la información a circular en el sistema. Como consecuencia, la información se demoraba en estar a disposición de los usuarios finales, al tener que circular por varios especialistas”. (Rosell, 2011, p.8)

La circulación de la información que se menciona en el citado anterior, hace referencia a un modelo establecido dentro de los sistemas de información, dicho modelo en la actualidad afecta en la calidad de información que se circula.

El sistema de información no se rige por especialistas en gestión al momento de difundir una información de tal manera Rosell menciona a las estrategias comunicacionales como punto clave en el proceso de información dentro de las organizaciones.

A nivel Nacional en la Tesis *Estrategias de Comunicación para la Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos a fin de disminuir el impacto en caso de un sismo que afecte el área de Quito urbano*, se menciona lo siguiente:

[...] “Es difícil tratar de definir el panorama con el que se enfrenta el comunicador, se debe tomar en cuenta que al comunicar, a diferencia de cuando se informa, se busca una perduración en el tiempo, es decir, que lo que se está transmitiendo siga circulando de manera beneficiosa para la sociedad y las organizaciones”. (Landázuri, 2012, p. 96)

El papel del comunicador social es fundamental en los procesos de gestión de información, por ende la información previa a todo acontecimiento de riesgo debe ser requerida con el objetivo de evitar todo tipo de desinformación.

Las estrategias de comunicación que se empleen en temas referentes a desastres naturales disminuyen el impacto en la sociedad que inciden en el ser humano alterando el orden de una sociedad en su totalidad por el hecho de estar desinformado.

De tal manera la interacción entre individuos responderá al contexto en que se determina la situación convirtiéndolo en un proceso dinámico y simbólico de relación entre mismos individuos de una sociedad.

En el ámbito local no se ha podido evidenciar investigación alguna referente al interaccionismo simbólico y gestión de información caso: terremoto Ecuador 2016.

## 2.2. Marco Teórico

### 2.2.1. Comunicación

El crecimiento y desarrollo de la comunicación a través de la sociedad, sumado a la revolución tecnológica y las constantes aportaciones científicas apoyados en la comunicación, permiten que la misma sea un objeto de estudio que forja profesionales que ayuden a expandir el concepto de comunicación no solo como disciplina social sino como ciencia y objeto de estudio.

En el Artículo *La investigación de la comunicación en américa latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI*, De la Revista Digital *Comunicación y Sociedad* expone lo siguiente.

[...] “Por un lado, entonces, las temáticas asociadas a la globalización y las tecnologías digitales y, por el otro, las asociadas a las identidades micro sociales, exigieron la ruptura o provocaron el desvanecimiento de casi todos los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos y, sobre todo, ideológicos que habían sostenido la investigación de la comunicación en las décadas previas”. (Fuentes, 2015, p. 109)

Los diferentes modelos de comunicación que tienen como enfoque de estudio la transmisión de mensajes abordan diferentes conceptos ligados a la interacción social y a la globalización que dan respuesta a las diferentes perspectivas del uso de significados, trastocando los modelos tradicionales.

La transmisión de mensajes se forma en la percepción de los mensajes en los seres humanos la cual se convierte en ciencia y objeto de estudio no simplemente en un concepto si no en el estudio del lenguaje del pensamiento, uso de mensajes, análisis de códigos culturales en el núcleo del desarrollo social.

En el Artículo *La Comunicación y el nuevo mundo posible*, de la Revista *Comunicación y Ciudadanía Digital*, Indica que.

[...] “La comunicación constituye también un arte, una tecnología, un sistema institucional y una ciencia social. Cada una de estas dimensiones comprende vastos y variados procesos, todos ellos necesitados de investigación para hacer posible su eficacia en la construcción del nuevo modelo civilizatorio”. (Bordanave, 2012, p. 11)

Hablar de un nuevo modelo civilizatorio es hablar de un modelo donde el hombre sea aliado de la ciencia y la tecnología, para los comunicadores e investigadores de la comunicación es fundamental aportar en la construcción de este modelo.

Un modelo en el cual la comunicación y la ciencia están relacionadas por diferentes dimensiones mencionadas como el arte, tecnología y ciencia social con la constante aportación de diferentes comunicadores implicados en el mundo de la ciencia social.

En el Artículo *Impacto de la investigación y de los investigadores en comunicación en Latinoamérica: el índice h de las revistas científicas* de la Revista *Palabra Clave* se expone la siguiente tabla

#### REVISTAS DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN (664revista)		GSM (Google)	Scopus (Elsevier)	Wos (T. Reuters)
Revista		277 (41,7105)	167 (25,15%)	106 (15.96&)
Países		30	16	23
Todos		13	7	7
Idiomas	Revistas en ingles	59,67&	86,66%	86,92&
	Revistas en español	13,77&	5,15%	5,61%
	Revistas en portugués	7,78%	1,55%	0,00%

Tabla N° 2. Comparativa entre Google, Thomson Reuters y Elsevier. (Tuñez, Et.Al, 2014, p. 900)

El cuadro anterior pone en manifiesto 644 revistas de comunicación en todo el mundo de las cuales el mayor porcentaje las tiene GSM (Google Scholar Metrics) las cuales superan las publicaciones en español en comparación a las otras bases de datos, seguido de Scopus y WoS ( Web Of Science).

Thomsem Reuters, Google y Elsevier representan los motores de búsqueda más referenciados en revistas indexadas tomando la posta Google por su acceso, búsqueda y difusión de manera gratuita.

En el Artículo *Cuando la ciencia de la comunicación está implicada en la existencia del presente y la construcción del futuro*, de la Revista *Digital Contratexto*, Se manifiesta lo siguiente.

[...] “La comunicación tiene proyección histórica, puesto que está implicada en la existencia del presente y la construcción del futuro. Para explicar esa proyección hay que comenzar averiguando cómo se relacionan los cambios sociales con las innovaciones de los sistemas comunicativos”. (Serrano, 2014, p. 42)

El desarrollo de las tecnologías de Comunicación componen esta proyección presente y futura, la formación social en cada grupo humano va incorporando las

diferentes innovaciones comunicativas que históricamente fueron adquiriendo desde el nacimiento de la imprenta.

Los cambios sociales responden al desarrollo de las TIC'S que están ligadas a los sistemas comunicativos orientados por un eje por el cual la relación sociedad-comunicación se rigen, la relación resulta determinante pues diversos conceptos se ven plasmados en las sociedades.

La comunicación como Ciencia adquiere el valor necesario a partir de la productividad de los investigadores, sumado al aporte científico y la actividad social generada en las diversas teorías y los distintos grupos sociales y el constante cambio en el sistema comunicativo.

La búsqueda de una relación entre Ciencia, Tecnología y Comunicación exige un nuevo rol protagónico en la comunicación social y en la sociedad científica dicha relación está apoyada en la información científica y el desarrollo de las tecnologías de información.

### **2.2.2. Redes Sociales y la Sociedad de Información**

Las redes sociales en la actualidad se constituyen como vía principal en el desarrollo de las sociedades de información, sociedades que son presionadas por el constante cambio en el nuevo mundo tecnológico; la comunicación dentro de estas obedece al mecanismo social informativo propuesto dentro de las redes sociales denominándolo sociedad de redes.

En el Artículo *mitos y realidades de las redes sociales Información y comunicación en la Sociedad de la Información* de la Revista *Ciencias Sociales*, el cual manifiesta

[...] “Las redes sociales online son el mejor ejemplo de la sociedad representada en un entorno creado tecnológicamente: ilustran tanto los beneficios sociales de comunicación y conexión entre individuos como suscitan problemas de privacidad y falta de confianza en la veracidad de las informaciones”. (Gandasegui, 2011, p. 5)

Desde un inicio las redes sociales son una herramienta y forman parte del círculo de desarrollo de las sociedades de comunicación, por ende tienen como objetivo principal el intercambio de información entre individuos.

Este entorno creado tecnológicamente hace referencia al constate desarrollo de las diversas tecnologías de información y un mundo tecnológicamente cada vez más

conectado, toda la información que emerge de los distintos individuos opacan las fuentes oficiales, las cuales resultan fundamentales en el papel que juega la denominada sociedad de información.

En el Artículo *El nacimiento de la comunicación en red Más allá de Internet y de los medios de comunicación de masas* de la Revista *Telos*, se expone lo siguiente

[...] “Como participantes y usuarios de los medios de comunicación, asumimos diferentes papeles en este contexto de comunicación en red. Dichos papeles pueden distinguirse en un triángulo conceptual compuesto por un gran número de participantes, en calidad de distribuidores, innovadores y clasificadores de experiencia”. (Cardoso, 2011, p. 4)

La comunicación en red y la sociedad de redes establecen estructuras fijas que involucran la tecnología, la misma que trae consigo un cien números de participantes y usuarios promoviendo la interacción social en las diferentes plataformas virtuales.

La diferencia se ve marcada en la función entre participantes y público como se menciona anteriormente ambos cumplen un papel diferente el usuario participante crea, genera, clasifica, innova mediante la interacción en las redes mientras que el público consume e interacciona a través de lo generado por el usuario participante.

En el Artículo *Haciendo visible lo invisible: visualización de la estructura de las relaciones en red en Twitter por medio del análisis de redes sociales* de la Revista *El Profesional de la Información*, se expone la siguiente figura.

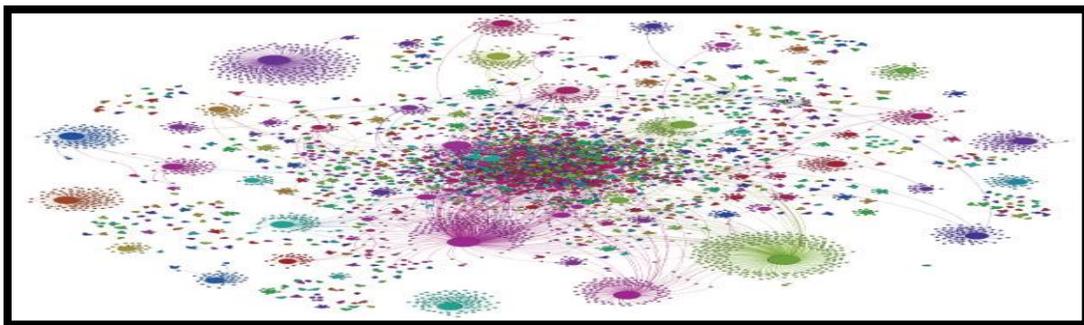


Figura N° 1. Red de RT Captura directa de datos contra la API de Twitter (García, 2014, p. 249)

El estudio realizado que se refleja en la figura evidencia la función que tiene la red social twitter al momento de generar relaciones entre público y usuarios en la red, por medio de la API (*application programming interface*) que capta la totalidad de actividad en interacciones en la red tomando como punto de origen un hashtag, palabra o información.

Dicha aplicación generara un fichero detallando la red de RTs (Retweets) y MTs (menciones y respuestas) y de esta manera se visualizara de manera decorativa los resultados en el ARS (Análisis de Redes Sociales).

En el Artículo *Diferencias entre usuarios y no usuarios de redes sociales virtuales en la Web 2.0*. De la Revista *Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, manifiesta lo siguiente

[...] “Recientemente, se viene utilizando el término Web 2.0 o Web Social para referirse a una nueva tendencia en el diseño y en el uso de los sitios Web, en los que el usuario es el centro de la información y donde éste actúa también como un generador activo de contenidos”. (Alarcón; Lorenzo, 2012, p. 33)

El uso de los sitios web marcan un antes y un después en la era tecnológica a partir de la Web 2.0 los contenidos en el internet ya no obedecen a un mismo patrón simple y estático, los espacios informativos con la web social tienen como punto central al usuario que es el encargado de generar contenidos e interacción entre demás participantes.

Los espacios de información que siguen en constante evolución invitan a los consumidores a ser parte de esta nueva tendencia en el diseño y uso de la web a ser partícipes activos en la creación de contenidos.

El rol que cumplen los actores dentro de las sociedades de información no es limitado, constantemente el ser humano crea y obtiene herramientas que favorece a la evolución de la comunicación en la sociedad de redes e información.

De hecho resulta complejo determinar el concepto definitivo de sociedad de información debido a que es un fenómeno que sigue en desarrollo a causa de la evolución tecnológica.

### **2.2.3. Interaccionismo Simbólico**

La relación, individuo social y entorno social se fundamenta en la percepción que tiene el ser humano con respecto al lenguaje de los símbolos y el mundo social concibiendo a la comunicación como el proceso dinámico de transmisión de mensajes e informaciones dentro de lo que se denomina interaccionismo simbólico.

En el artículo *La aportación a la psicología social del interaccionismo simbólico: una revisión histórica* de la Revista *eduPsykhé*, se expone lo siguiente.

[...] “La interacción es el proceso fundamental que permite comprender la conciencia. El hecho de que cada persona nazca en una sociedad ya constituida con costumbres, tradiciones, convenciones, lengua, instituciones,... configura su subjetividad, lo cual posibilitará la intersubjetividad, es decir, el desarrollo del pensamiento de cada individuo dentro de las diferentes interacciones sociales”. (Pons, 2010, p. 25)

La interacción es comprendida como un proceso comunicacional dinámico que emerge de manera individual de cada actor dentro de una sociedad, la conciencia responde a los diferentes actos comunicativos que son generados por la percepción del entorno social.

El desarrollo del pensamiento y de las habilidades sociales no está limitadas por el contexto en el cual el ser humano crece, de lo contrario este se adapta y concibe a la interacción social como punto clave para el desarrollo humano social y el sentido común.

En el Artículo *Comunicación interpersonal y Comunicación intersubjetiva. Algunas claves teóricas y conceptuales para su comprensión* de la Revista *Disertaciones*, manifiesta.

[...] “La comunicación intersubjetiva destaca la construcción social inherente al fenómeno comunicativo, algo que se aprecia en mucha menor medida en los acercamientos a la comunicación interpersonal, que es leída casi exclusivamente como el momento concreto en el que al menos dos sujetos establecen un contacto comunicativo, sea cual sea el fin u objetivo de este”. (Rizzo, 2014, p. 10)

Comunicación intersubjetiva o interpersonal son la base de la construcción social, encaminados a fortalecer el ejercicio comunicativo, visto desde ese punto, los mismos sujetos son los encargados de establecer sus objetivos dentro de cada fenómeno comunicativo en el que participen.

Cada acto comunicativo refleja el valor del interaccionismo simbólico, que deja en claro las capacidades de interpretación de cada individuo social y perspectivas compartidas dentro de un mismo entorno social.

En el Artículo *El Atributismo Estructural y el Interaccionismo Estructural en Ciencias Sociales: ¿concepciones alternativas, antagónicas o complementarias?* De la Revista *Metodologías de Encuestas*, se expone el siguiente gráfico.

## LA INTERACCION SOCIAL

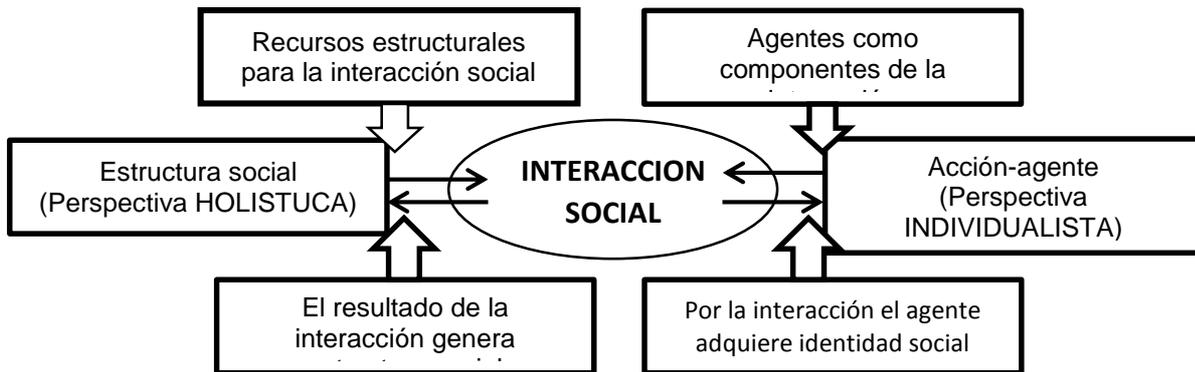


Gráfico N° 1. Efectos de retroalimentación en la Interacción Social (Lozares; Roldan, 2012, 31)

Los agentes sociales en este caso los individuos están apartados de la estructura social es decir el contexto a la hora de participar de la interacción social no necesitan estar ligados como entidades sociales como se demuestra en el gráfico.

La identidad social se ve reflejada por la perspectiva individualista generada por resultados de la mencionada estructura social, los agentes como componentes de la interacción y la interacción como identidad individual dentro del entorno social.

En el Artículo *Construyendo la Vida Social*, de la Revista *Ecos Sociales*, se expresa lo siguiente.

[...] “La interacción es un proceso que forma el comportamiento humano, en lugar de ser un simple o medio marco para la expresión y liberación del mismo. Es importante señalar que el comportamiento es regido por el pensamiento, un proceso mental, el cual se desarrolla a partir de la infancia”. (Monroy, 2014, p.14)

El comportamiento humano o la acción humana es generada mediante los procesos sociales dentro de un entorno social, el autor hace énfasis en que el comportamiento es regido por el pensamiento es decir un proceso mental mediante el cual los seres humanos van determinando sus acciones.

Desde la infancia el ser humano participa en la constante búsqueda de la identidad y en la formación de su conducta, otorgando así el valor necesario a lo que se conoce como proceso social.

La interacción social prioriza las relaciones humanas convirtiendo este proceso en la interpretación individual de los símbolos y significados que son orientados por las acciones en determinados contextos sociales.

## 2.2.4. Gestión de Información

Se denomina como gestión de información al proceso, manejo y construcción de la misma, en la actualidad el notorio crecimiento y explosión de las TICS, obliga al ser humano a participar como gestor de información dentro de las sociedades de información y canales de comunicación.

En el Libro *Comunicar en la sociedad red, teorías, modelos y prácticas* del autor José Alberto García Avilés, manifiesta.

[...] “Los sistemas digitales proporcionan mejor acceso a la información, más velocidad para responder ante la noticia y un procesamiento de datos mucho más ágil. En otras palabras, los mismos beneficios que las tecnologías de información han aportado a otras industrias”. (García, 2015, p. 6)

Las tecnologías de información permiten que el acceso a la información cada vez sea más factible a una velocidad mucho mayor con lo que respecta al siglo pasado el autor los denomina sistemas digitales en los que prioriza sus beneficios.

En un mundo cada vez más interconectado las plataformas que ofrecen y demandan información responden ante estos beneficios como procesamiento de datos e interacción en contenidos noticiosos producto de la globalización.

En el Artículo *Aprender a informarse en la red: ¿son los estudiantes eficientes buscando y seleccionando información?* de la Revista *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, se manifiesta lo siguiente.

[...] “Las innovaciones tecnológicas, por tanto, están relacionadas con el aumento de las oportunidades de acceso a la información, sin embargo, hay que tener en cuenta que la información no es siempre completamente aprovechada por sus usuarios, ni por todos los potenciales usuarios. Localizar y seleccionar información disponible en la Red se convierte en una tarea compleja”. (Hernández; Fuentes, 2011, p. 50)

Las innovaciones tecnológicas y el uso adecuado de la información van de la mano de las capacidades del gestor de información, los libres accesos universales a las diferentes plataformas en internet involucran al gestor, el mismo que se encargara de seleccionar toda la información que sea eficiente.

Por ello el autor menciona que la información disponible en la red es un proceso complejo, que implica el uso de capacidades en selección y localización de fuentes oficiales dedicadas a construir información útil en el acceso, selección y uso de la misma.

En el Artículo *La gestión de información y sus modelos representativos* de la Revista *Ciencias de la Información*, expone la siguiente figura.



Figura N°2. Modelo de Gestión de información de Ponjuán. (Ponjuán, 2011, p. 15)

Mediante la figura expuesta el autor enfatiza que la gestión de información es un proceso estratégico que se da en entidades de carácter social basados en las actividades de organización que se rige en los sistemas de información.

El modelo planteado por Ponjuán se basa en dos puntos claves los recursos humanos y las tecnologías que están ligadas y sujetas a cambios por causa del sistema informativo que se origina dentro del proceso estratégico la cual permite cumplir con el objetivo del sistema que es satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

En el Artículo *Campus virtuales: de gestores de contenidos a gestores de metodologías* de la Revista *RED Educación a distancia*, indica que.

[...] “Otra característica de las innovaciones tecnológicas es que los primeros usuarios abandonan los nuevos productos tan pronto como las masas lo aceptan y aparece o van en busca de la siguiente novedad. La propia definición de innovadores o primeros seguidores lleva implícito este hecho, adoptar la última novedad tecnológica, con el consiguiente abandono de la penúltima”. (Llorens, 2014, p. 6)

Las nuevas tecnologías van adoptando la definición de innovadoras a partir desde la aceptación de las masas, el constante cambio obligan al usuario a inmiscuirse dentro de este contexto tecnológico evolutivo.

Si hay una adaptación continua en las nuevas tecnologías, hay mayor demanda de uso de información y por ende se convierte en una especie de competencia de información y adopción de tecnologías innovadoras.

La aplicación de las tecnologías contribuye a la difusión selectiva de información dentro de las comunidades virtuales que en la actualidad generan un espacio de intercambio y búsqueda de información basada en la interacción social de los usuarios.

A partir de la interacción e intercambio de información de los usuarios, se pone en uso las capacidades del gestor de información que requiere de nuevas estrategias en el procesamiento, selección y uso de la información dejando en evidencia el defectuoso modelo tradicional de gestión de información.

### **2.2.5. Estrategias Selectivas de Información**

Las diferentes problemáticas que se manifiestan en los procesos de difusión de información, alteran la recepción de contenidos informativos dentro del entorno de sociedad de redes, afectando directamente al uso de la información y su gestión, a partir desde ese contexto es necesario implementar la correcta gestión de las diferentes estrategias que permitan seleccionar la información que se diferencia de las problemática planteadas.

En el Artículo *¿Cómo brindar servicios de Diseminación Selectiva de la Información (D.S.I.) a través de las Plataformas de Aprendizaje Virtuales (P.A.V.)?: una propuesta de convergencia de sistemas* de la Revista *E-Ciencias de la Información*, se menciona.

[...] “En la sociedad informacional, el reto para todos los sistemas de información es el visualizar, promover y generar formas de difundir el conocimiento implícito y tácito. Trascendiendo las características tradicionales de los servicios D.S.I., evolucionando en la construcción de una nueva herramienta para divulgar el conocimiento implícito”. (Meza, 2013, p. 6)

Los diferentes sistemas de información generan impacto direccionado a la gestión de información, dicho sistema se apoya en el uso de las TIC que posibilita el cambio de difusión en las sociedades de información, el autor enfatiza en el uso de la diseminación selectiva de la información D.S.I.

Dicha estrategia infiere en los procesos de difusión aportando servicios de divulgación del conocimiento, además de mejorar los servicios de información en la comunidad, de esta manera se establece al conocimiento como herramienta fundamental en todo acto dentro de la sociedad informacional.

En la Tesis *La comunicación como un derecho humano en la calidad de protección del derecho a la información en Ecuador a partir de la normativa nacional e internacional en el último lustro* se indica lo siguiente.

[...] “La clasificación de la información se vincula en la mayoría de los casos con los tipos de fuentes de información a las cuales puede acceder cualquier individuo en aras de investigar, estudiar o simplemente conocer sobre un acontecimiento, fenómeno o cualquier hecho del pasado o de la realidad cotidiana”. (Haro, 2016, p. 44)

La importancia de las fuentes de información involucra los diferentes objetivos del individuo en la búsqueda de información eficaz, es necesario diferenciar las diferentes herramientas que ofrecen las fuentes, la cual se inclina al proceso de difusión oficial de información.

Haro engloba este concepto como tipología de comunicación, de esta manera se evidencia la clasificación de información como hecho relacionado a las fuentes, de manera específica en fuentes oficiales, respondiendo a los objetivos del individuo.

En el Artículo *Competencias del profesional de la información ante la evolución de las fuentes de información digitales* de la Revista *Accesbib: bibliotecología y ciencias de la información*, se expone la siguiente Figura

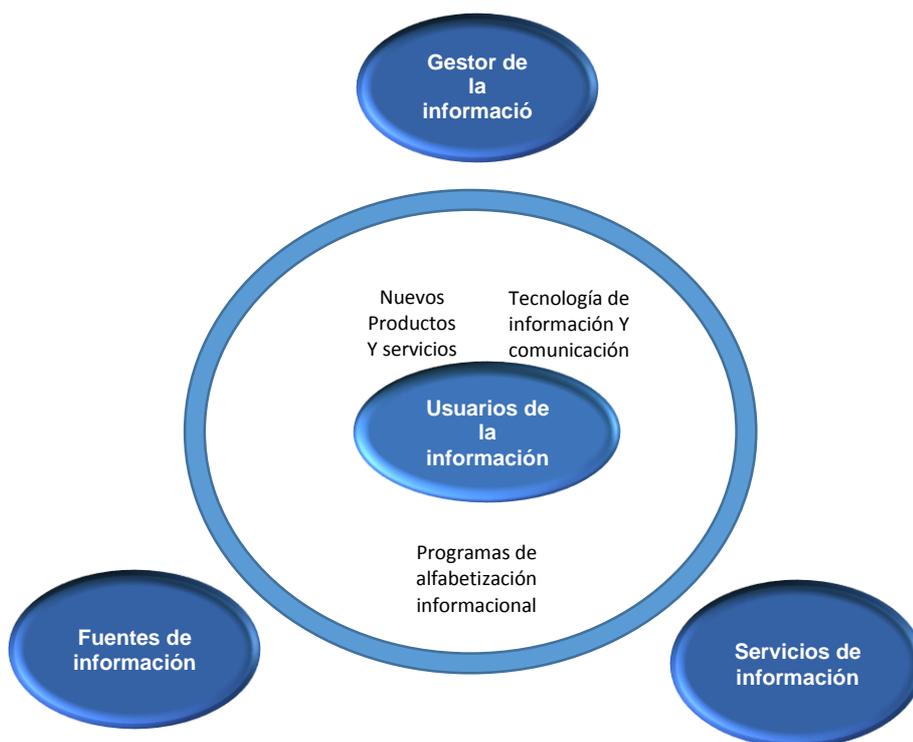


Figura N°3. Relación de los servicios de información. (Escobar, Et. Al, 2015, p. 56)

La importancia de la información como un servicio eficiente para la sociedad se ve reflejado en la figura anterior, la constante formación de las plataformas tecnológicas exige un profesional de la información que ofrezca el direccionamiento correcto de los servicios de información.

El gestor de información está vinculado a las fuentes de información el cual responderá en los servicios que requieren los usuarios, trascendiendo las estructuras tradicionales de gestión de información.

En el Artículo *La gestión estratégica de la información municipal. Análisis de temas, su tratamiento e irrupción en el Ayuntamiento de Elche*, de la Revista *adComunica*, se expone lo siguiente.

[...] “Los medios se ven abocados a una selección permanente de las informaciones de las que disponen, bien a través de fuentes comunes como las agencias de información, gabinetes de prensa y comunicación, o propias, como los contactos personales de los propios periodistas del medio. De esta forma, los hechos, modelados convenientemente, se convierten en verdaderos productos informativos”. (Campillo, 2012, p. 152)

Los hechos son concebidos como productos informativos a partir de la interpretación de la realidad social en el proceso de transmisión de acontecimientos noticiosos, los productos informativos van de la mano de la corroboración de las diferentes fuentes

informativas de esta manera generan un impacto positivo en la interpretación colectiva social, estableciéndose como una cadena de intercambios informativos.

De esta manera los procesos de intercambio de información que se fundamentan en las fuentes oficiales establecen un determinado eje que orienta la interpretación colectiva dentro de la sociedad de información.

Las estrategias selectivas de información responden al entorno del uso, servicio y gestión de información, interviniendo en las estructuras afectadas por la falta de distinción de información ineficiente con información eficiente, tomando como puntos claves la corroboración de fuentes oficiales y la difusión de conocimientos de un producto informativo.

### **2.2.6. Construcción colectiva de significados**

La sociedad como ente colectivo de las relaciones y acciones humanas responden a la comprensión de los significados, otorgando el valor correspondiente al sentido común, la percepción e interpretación de los signos de cada individuo está en la capacidad de construir su propia perspectiva dentro del colectivo social.

En el Artículo *Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica* de la Revista *Sociológica* se expone lo siguiente.

[...] “Así, el habitus produce al mundo social y el mundo social produce al habitus, de modo tal que con este concepto es posible dilucidar cómo las estructuras sociales erigidas en un campo determinado estructuran las prácticas sociales y, a la vez, son estructuras estructuradas mediante la praxis”. (Kuri, 2013, p. 93)

El habitus representa al lugar donde los actores sociales significan, reproducen y construyen la realidad social, el autor relaciona este pensamiento de Pierre Bourdieu como un recurso fundamental en las estructuras sociales y las prácticas sociales.

Las estructuras sociales son el resultado de las prácticas sociales los individuos son los encargados de generar el pensamiento social en los campos determinados, que atribuye al sentido común como base indispensable del proceso de construcción del conocimiento experimentadas en el mundo social.

En el Artículo *La vida cotidiana como espacio de construcción social* de la Revista *Procesos Históricos: Historia y Ciencias Sociales*, señala.

[...] “En efecto, la construcción social de la realidad cotidiana, se define en el marco institucional, a partir de la intervención de hombres y mujeres como sujetos sociales, con ideas, actitudes, motivaciones, visiones, deseos, capacidades, posibilidades y conflictos, manifestados a través de hechos y procesos continuos, dinámicos y plurales, que cada individuo asume en su propio contexto social de forma individual y colectiva”. (Uribe, 2014, p. 108)

Los diferentes contextos sociales se encargan de definir una realidad social como procesos históricos y los sujetos sociales se encargan de construir estos contextos partiendo desde sus propias realidades en el intercambio de experiencias adquiridas.

El efecto de interacción en la sociedad es definido como un proceso dinámico comunicacional que establece de forma individual y colectiva la percepción de los significados de esta manera el ser humano, en acción colectiva son los partícipes de la realidad social y construyen su entorno social por ende el ejercicio comunicacional se apoya en las percepciones individualistas del sujeto social.

En el Artículo *Identización: la construcción discursiva del individuo* de la Revista *Arte, Individuo y Sociedad*, se expone la siguiente figura.

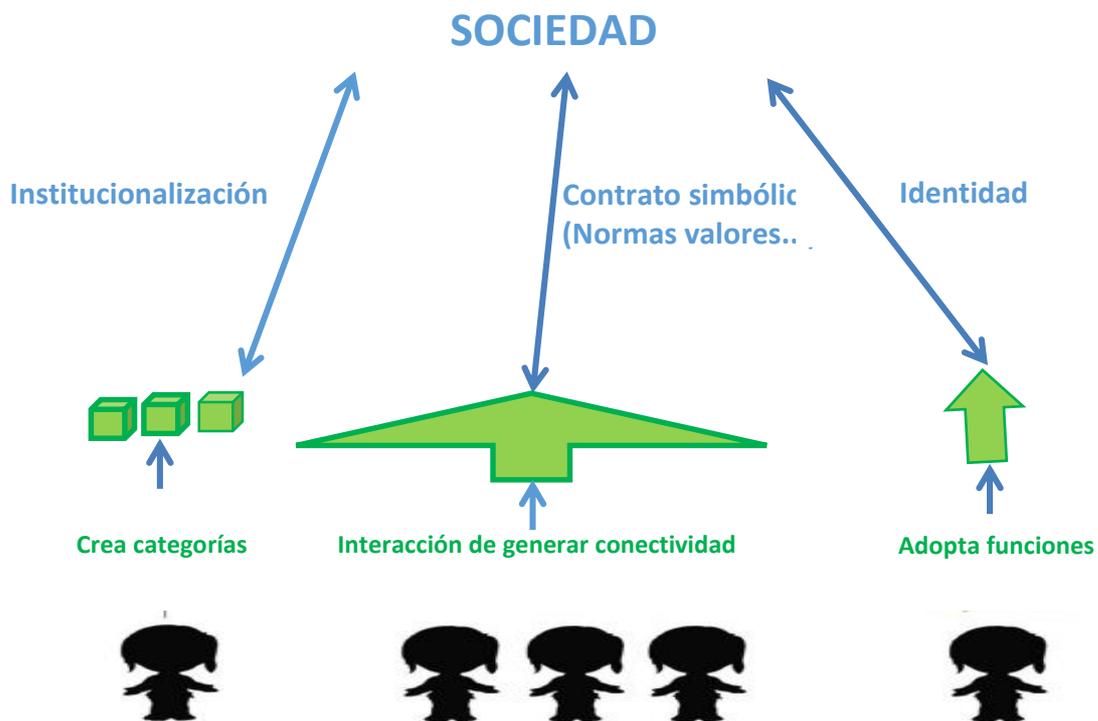


Figura N° 4. Relación holográfica individuo sociedad (Gómez, 2011, p. 25)

Con la figura anteriormente expuesta el autor sitúa a los individuos sociales como base de una estructura dentro de la sociedad, los mismos que son capaces de crear sus propias categorías en las cuales se involucran.

El constructo simbólico no depende de un solo individuo de lo contrario depende de un colectivo social con la intención de establecer sus normas y valores, de esta manera la relación holográfica entre sociedad e individuo derivan de los patrones principales de la construcción de significados.

En el Artículo *La mediación comunicativa de las identidades individuales y colectivas* de la Revista *Latina de Comunicación Social*, indica que.

[...] “Las representaciones sociales se generan en la comunicación y en ella se mantienen. Y mediante la comunicación se transmiten y comparten, hasta que se hacen concepciones generalmente aceptadas. Son las visiones del ser y del no ser, que se pueden denominar con toda pertinencia, representaciones colectivas”. (Serrano; Velarde, 2015, p. 555)

Las visiones del ser o no ser permiten identificar la importancia de los agentes sociales en el acto de interacción social dentro de las sociedades, es decir el vínculo que une a estos agentes con sus comunidades.

El mismo que es generado por la comunicación denominándolo representaciones sociales que son concebidas por los individuos como procesos dinámicos dentro de la realidad social mencionada anteriormente.

Las comunidades y sus agentes sociales se adaptan a una estructura netamente cotidiana en el proceso individual y colectivo de transmitir sus ideas y actitudes orientadas, la acción entre el individuo y la capacidad para receptor la interpretación de un colectivo social sobre determinado hecho, mencionado anteriormente como realidades sociales.

El colectivo social en la construcción de significados dependerá del contexto social generado por cada individuo partiendo desde su propia perspectiva y realidades sociales, por lo tanto estas mismas realidades sociales que son aceptadas como procesos históricos intervienen en la visión del individuo como agente social.

## 2.2.7 Mecanismo social informativo

Las herramientas que facilitan la interacción social por medio de las diferentes plataformas digitales, exigen contar con mecanismos que permitan el flujo de información dentro de los propios sistemas los cuales se apoyan en el uso de las nuevas tecnologías.

De esta manera cada agente social participa de la información emitida en las redes, en concreto twitter, por lo tanto este agente social adquiere las cualidades de agente informativo independiente.

En el Artículo *El poder de las redes sociales: la “mano invisible” del framing noticioso. El caso de #LadyProfeco*, de la Revista *Icono 14*, se expone.

[...] “Las redes poseen usuarios que actúan como programadores los cuales tienen la capacidad de construir redes y de programar/reprogramar las mismas a partir de los objetivos que les asignen. En correlación están los enlaces que tienen la capacidad de conectar diferentes redes y asegurar su cooperación compartiendo objetivos y combinando recursos”. (Nabel, 2014, p. 322)

Nabel deja en evidencia las características de un agente informativo independiente en su rol de interacción en las redes sociales, diferenciándolos desde el término programar y reprogramar, así mismo este agente no se limita a explotar su rol como independiente.

De lo contrario amplifica su actividad dentro de las redes digitales, dicha actividad de cada uno de los agentes informativos resulta enlazado a los flujos de información que son parte del mecanismo informativo.

En el Artículo *Estudio sobre la evolución de las soluciones tecnológicas para dar soporte a la gestión de la información del Informe técnico grial-tr-2015-001*, se expone la siguiente tabla.

	<b>NovaGob</b>	<b>ConectAD</b>	<b>INAP</b>
<b>Relaciones entre usuarios</b>	Si	Si	Si
<b>Mensajería interna</b>	Si, entre pares de usuarios	Si	Si, entre dos y más usuarios
<b>Envío de archivos privados</b>	No	No	Si
<b>Integración con redes sociales externas</b>	Si	No	No
<b>Notificaciones por email</b>	Si	Si	Si
<b>Personalización de notificación</b>	Si	Si	Si

Tabla N°3. Comparativa plataformas públicas españolas. (Holgado; Peñalvo, 2015, p. 34)

La comparativa entre usuario y plataformas públicas se evidencia en la tabla anterior la cual establece ciertos parámetros por cumplir teniendo a la comunicación como eje principal entre estas dos esferas, las plataformas públicas como NovaGob, ConectAD, INAP, facilitan el acceso de información al usuario que así lo requiera.

De esta manera están orientadas a ejemplificar el acto de interacción entre usuarios y plataformas virtuales de carácter público esta acción mecaniza de forma útil el ámbito informativo dentro de una organización.

En el Artículo *Las agendas de lo arabo islámico en twitter y el país*, de la Revista *Índice* se expone el siguiente gráfico.

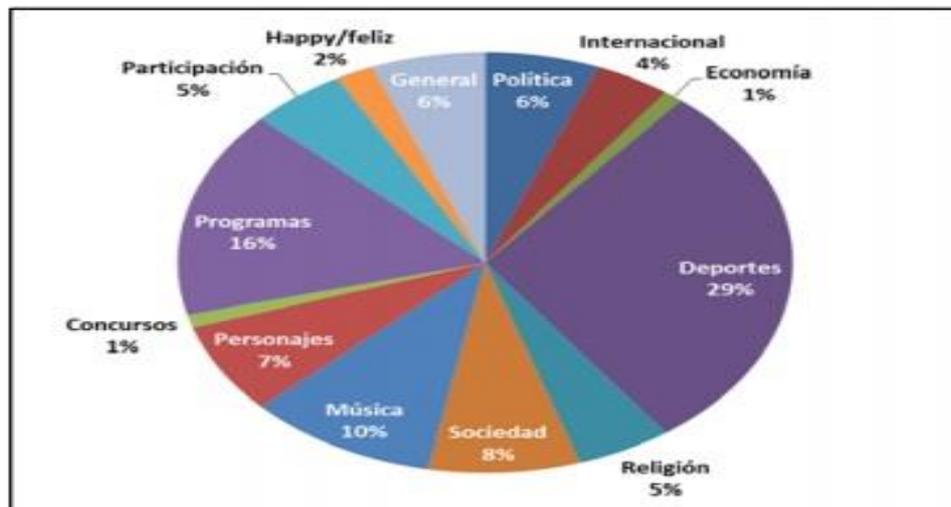


Gráfico N° 2. Distribución de trending topics en Twitter España. (Corral; Fernández, 2015, p. 17)

La viabilidad de Twitter en los procesos de interacción de usuarios señala que la tendencia se enfoca en temas deportivos en España, partiendo desde varios temas el usuario tiene la potestad de inclinarse a su interés, relacionándose así con las demás plataformas virtuales a través de los contenidos de intereses similares.

Twitter se establece como una de las principales plataformas informativas, en el cual el mecanismo funciona con una simplicidad ya conocida, agente independiente y usuario receptor el mismo que con facilidad dinamiza los procesos comunicacionales y que también participa como emisor, de hecho se ve reflejado en las tendencias de diversos temas de interés popular a nivel mundial.

En el Artículo *Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales* de la Revista *Logos*, señala que.

[...] “Un medio de comunicación de masas como internet y sus múltiples formatos constituyen herramientas idóneas para difundir ideas a gran velocidad, sean verdad o no. La credibilidad de un contenido es clave para su difusión, por lo que la argumentación es esencial. Los topoi constituyen un recurso fundamental a la hora de argumentar a favor o en contra de una idea al no tener que desarrollar una argumentación desde cero, sino basarse en ideas ya aceptadas por la comunidad hablante”. (Fernández, 2016, p. 59)

La expansión de ideas a grandes velocidades se acoplan a las redes virtuales tal como lo señala Fernández, la difusión de información veraz debe estar apegada a su correspondiente argumentación, como se expone en los temas abordados anteriormente en esta investigación, de esta manera Fernández constituye el recurso topoi (la conexión entre dos hechos que la comunidad ha socializado para llegar a una solución).

Este término corrobora los argumentos necesarios de las partes que emiten y receptan información de cierto hecho novedoso que sea de interés público, en el presente epígrafe se ha evidenciado los diferentes mecanismos informativos partiendo desde el agente informativo independiente, el sistema de acceso de información en las plataformas públicas hasta la viabilidad de twitter en los aspectos tendenciosos y la participación de usuarios en contenidos de interés similares.

Por consiguiente los procesos de participación en información mediante la red social twitter deben responder a un mecanismo social el mismo que incide en la selección de información veraz y necesaria conocido como estrategias de selección en el ámbito de gestión de información.

### **2.2.8 Nuevas bases teóricas de selección y acción informativa.**

El proceso de información, contexto y usuario se los determina como relación informativa, las bases conceptuales abordadas anteriormente en la presente investigación, engloban esta relación con diferentes factores y mecanismos informativos, por ende este modelo conceptual de selección y acción infiere en este fenómeno social informativo en el uso e interacción de las redes sociales perteneciente al contexto tecnológico evolutivo.

En el Artículo *El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos*, de la Revista *Universidad y empresa*, indica que.

[...] “Por ejemplo, los usuarios pueden utilizar filtros avanzados para ubicar a otros individuos con los mismos intereses e interactuar solo con ellos. A partir de esta observación, varios académicos han investigado la utilización de foros virtuales para compartir conocimiento”. (Sánchez; Pinochet, 2017, p. 114)

La implementación de foros virtuales en la actualidad es una realidad, que funciona a modo de vínculos virtuales dentro de un conjunto de individuos con un mismo objetivo e interés informativo, este método de selección informativa se inclina por características aleatorias, ya que depende en demasía del interés propio del individuo.

Por lo tanto la búsqueda de temas de interés por filtros avanzados en redes sociales canaliza las estrategias de búsqueda y selección de información agilizando el proceso de interacción, y facilitando el uso de información útil y de carácter necesario dentro de diferentes contextos.

En la Tesis *Estudio de la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en la Dirección Administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Loja*, de la *Universidad Nacional de Loja*, se evidencia la siguiente tabla.

<b>PAÍSES</b>	<b>RANKING</b>
Finlandia	1
Singapur	2
Suecia	3
Países Bajos	4
Noruega	5
Suiza	6
Reino Unido	7
Dinamarca	8
Estados Unidos	9
Taiwán China	10

Tabla N°4. Países en el top 10 en el mundo sobre el uso de las TIC's. (Camizán, 2016, p. 25)

La tabla expuesta apunta a un solo objetivo que es evidenciar el uso de las tecnologías de información a nivel mundial, teniendo a Finlandia como número uno

del ranking, no solo se evidencia el detallado top de países, también determina lo distanciado que se encuentra América del Sur en cuanto se refiere a la aplicación de nuevas tecnologías.

La importancia del uso de las Tics incide en los procesos de conocimiento y gestión de información en grandes organizaciones, a tal punto de visualizarlas en las redes sociales en la calidad de contenidos que es requeridas por un conjunto de individuos con la finalidad de adquirir conocimiento alguno.

En el Artículo *Gestión estratégica de la comunicación digital en la empresa ecuatoriana. Perspectiva comparada con la realidad Europea*, de la Revista *Internacional de Relaciones Publicas*, se expone el siguiente gráfico.

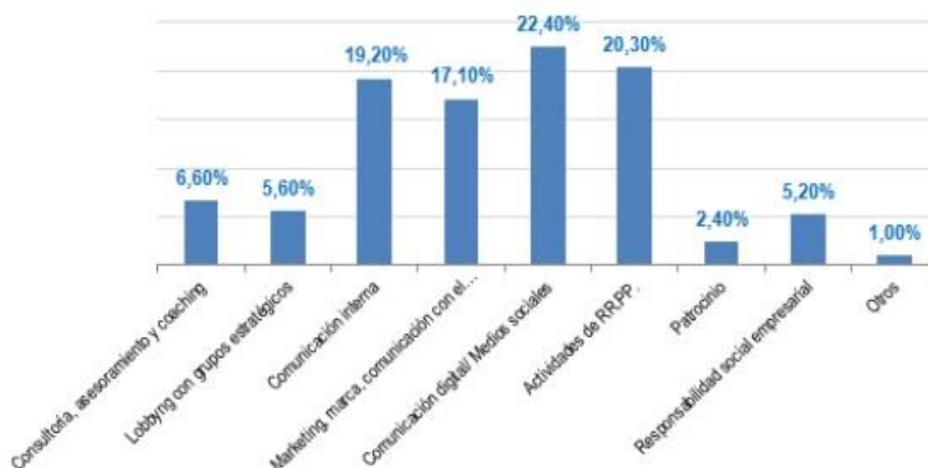


Gráfico N°3. Líneas prioritarias de acción en comunicación. (Puertas, Et. Al, 2017, p.17)

La comunicación digital conjuntamente con las innovaciones tecnológicas expanden los procesos comunicacionales en Ecuador tal como lo indica el artículo de investigación, según los datos del gráfico expuesto las organizaciones y medios sociales digitales forman parte de las acciones comunicativas, sobresaliendo la comunicación digital y las actividades de RR.PP.

Dichos indicadores los cuales se inclinan por la búsqueda de estrategias de comunicación que permitan que la organización este alineada con los avances tecnológicos, conforman la acción comunicativa que constituyen el factor acción informativa el cual es parte del modelo conceptual analizado en el presente epígrafe.

En la Tesis, *Medios impresos y aproximaciones al medio digital*, de la *Universidad Politécnica Salesiana sede en Quito*, señala que.

[...] “En tiempo donde las redes sociales acaparan la atención de las personas que acceden a internet, los medios no pueden desaprovechar el crecimiento que estas puedan aportar para sus portales informativos. La consigna es que el propio periodista digital debe ser un experto en manejar, controlar y gestionar redes sociales” (Martínez, 2016,34)

Los diferentes portales informativos que surgen a partir del crecimiento y acoplamiento de las nuevas tecnologías en los diferentes medios de comunicación exigen que el comunicador se adapte a un nuevo estilo y hacia las fuentes de información y gestión en redes sociales.

Tal como señala Martínez el periodista digital debe cumplir con el papel de controlar y gestionar las redes sociales, de esta manera trae a colación el término de gestor de información el cual dicha función no solamente encaja en el manejo de redes sociales, también en la capacidad de ejecutar estrategias de selección de información útil y veraz.

Por consiguiente la acción informativa determina al agente social independiente como punto clave en el acto de transmitir información de manera contextualizada a otros usuarios, de esta manera el presente modelo conceptual analizado de selección y acción informativa involucra tanto al agente como al gestor de información, el primero responde a un acto netamente independiente mientras que el segundo responde a un acto de carácter profesional.

## 2.3 Marco Contextual



Figura N° 5. Union Nacional de Periodistas Nucleo Guayas.  
Fuente: <http://unpguayas.com/>

La red social Twitter fundada por Jack Dorsey, el 21 de marzo del 2006 en California, Estados Unidos, surge como una plataforma de microblogging, la cual ofrece 140

caracteres para establecer comunicación con otros usuarios en tiempo real por medio del denominado tweet.

La importancia de twitter se ve reflejada en las diferentes actividades sociales, twitter representa un red de información en constante intercambio en la sociedad, marcas, empresas, personajes destacados y demás usuarios por medio de esta red proyectan ideas, pensamientos y sobre todo información.

De esta manera la presente investigación establece relación con la gestión de información por medio de las diferentes cuentas de la red social twitter mencionadas anteriormente en el planteamiento del problema, partiendo desde el interaccionismo simbólico como elemento de análisis y la capacidad de generar información útil y veráz en una determinada situación de riesgos.

Por consiguiente cabe destacar que las diferentes bases conceptuales planteadas y analizadas, fortalecen las diferentes estructuras encargadas de producir y seleccionar información, visualizadas en la red social twitter específicamente el terremoto en el mes de abril del 2016.

## **2.4 Marco conceptual.**

**Interaccionismo:** participación que se fundamenta a partir de la comunicación entre individuos, conformando un proceso dinámico que comprende un conjunto de comportamientos e ideas que se manifiesta en el desarrollo de una sociedad.

**Gestión:** proceso de acción en el cual se efectúa las diferentes bases y conocimientos que conlleven a la realización y manejo correcto en el cumplimiento de un objetivo.

**Estrategias informativas:** acción mediante la cual se definen las bases de una planificación partiendo desde sus características hasta sus limitaciones con el objetivo de brindar un mejor servicio informativo mediante una selección correcta en el consumo de contenidos noticiosos.

**Perspectiva social:** es la percepción e interpretación de los signos que emergen en los actos comunicativos con la capacidad propia de construir su propia perspectiva de las realidades comunicacionales dentro de una sociedad.

**Mecanismos informativos:** conjunto de herramientas comunicacionales que inciden dentro de un sistema y está relacionado a las estrategias informativas con el fin de otorgar el direccionamiento correcto a los procesos de gestión de información.

## **2.5 Marco Legal**

La presente investigación, partiendo desde el planteamiento del problema junto con las demás bases teóricas planteadas y analizadas, guarda relación con los siguientes artículos.

### ***Reglamento general a la Ley Orgánica de Comunicación***

#### **CAPITULO I**

##### **Objetivo y definiciones**

Art. 3.- Medios en internet.- Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley. Secretaría General Jurídica (2014). Quito, Ecuador.

El presente artículo establece que los medios de comunicación en internet se rigen a los mismos derechos y obligaciones que se exponen en la ley, de tal manera el accionar comunicativo y difusión de contenidos deberán respetar los criterios establecidos en el sistema comunicacional referente a la práctica del ejercicio.

### ***Ley Orgánica de Comunicación***

#### **TÍTULO II**

##### **Principios y derechos**

#### **CAPÍTULO I Principios**

Art. 10.- Normas deontológicas.-

3. Concernientes al ejercicio profesional:

a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general. Asamblea Nacional (2013). LOC. Quito, Ecuador.

Uno de los principios básicos que fundamentan la difusión informativa se basa en la verificación y contrastación de la información, cualquiera que sea el medio que ejerza la práctica de la comunicación, necesariamente deberán cumplir con estos mecanismos que respondan a las características propias de esta norma deontológica en todos los ámbitos de interacción social.

## **Capítulo III**

### **Marco metodológico y análisis de resultados.**

En este capítulo se determinan las diferentes técnicas metodológicas y resultados que se desprenden de las diferentes bases conceptuales de la investigación, que permite responder y sistematizar a los objetivos planteados y al ordenamiento de la misma.

#### **3.1. Diseño de Investigación.**

La presente investigación responde al diseño no experimental – transeccional, de modo que se enfoca en analizar las incidencias de las variables interaccionismo simbólico y gestión de información, sin modificarlas, por lo tanto organizar el trabajo de campo en un tiempo de tres a seis meses que permite realizar un diagnóstico del fenómeno de estudio en un momento dado.

#### **3.2. Tipo de Investigación.**

El presente trabajo investigativo inicia como tipo exploratorio, porque se ha analizado y determinado las variables de la hipótesis y explora cada una de las dimensiones planteadas a partir de las bases conceptuales.

De tal manera culmina de tipo descriptivo luego de establecer las variables y dimensiones, se busca identificar los indicadores y principalmente especificar de manera ordenada las técnicas de investigación que permite el desarrollo de cada variable y dimensiones, para obtener información.

#### **3.3. Metodología**

Esta investigación sigue una metodología Estructuralista porque asume que la verdad del proceso entre sujeto y objeto está marcada por su estructura y las prácticas sociales, construidas simbólicamente de manera que todo se concentra en la estructura, y responde a la interpretación simbólica que emergen del público muestral.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de investigación.**

Para el presente trabajo investigativo se seleccionó las siguientes técnicas cuantitativas y cualitativas que permiten vincular al estudio en la búsqueda y procesamiento de información.

Cuantitativas:

- a) Encuesta: técnica dirigida al público muestral, por medio de preguntas cerradas.
- b) Escala de Thurstone: posibilita la medición de conocimientos y actitudes de los abordados mediante proposiciones.
- c) Escala de Likert: mediante esta técnica se mide actitudes y permite generar conclusiones.
- d) Escala numérica : permite estructurar opiniones de los abordados mediante la percepción de una pregunta con inclinación progresiva numérica

Cualitativas:

- a) Test proyectivo: en esta técnica se utiliza la interpretación por medio de una imagen que esté relacionada al objeto de estudio.
- b) Investigación bibliográfica: permitió generar contenido conceptual en el estudio y está articulada en el marco teórico.
- c) Inserción de texto: permite generar interpretaciones del abordado a partir de un texto o cita.
- d) Cambio de rol: El abordado medita a partir de la pregunta planteada situándolo en otro rol.
- e) Situación ideal: espacio para la meditación e interpretación por medio de diferentes situaciones y características relacionadas al objeto de estudio.

### **3.5. Población y muestra.**

Para el presente trabajo se determina una población de 100 usuarios de carácter profesional, periodistas de la Unión de periodistas del Guayas de la ciudad de Guayaquil. (Ver apéndice)

Esta investigación tiene una selección de muestra que corresponde a la no probabilística – por cuotas, de tal manera el objeto de estudio responde a diferentes criterios y situaciones con total validez, que deja en manifiesto los procesos comunicológicos, Gestión y recepción de información, construcción informativa, estas características que se evidenciaron en los procesos de interacción en la red social Twitter son:

- La cantidad de Tweets del 16 de abril del 2016 con el hashtag #TerremotoEcuador logro posesionarse como tendencia número uno a nivel nacional.
- Los Retweets que se generaron de información sin verificación de cuentas oficiales, ocasiono desinformación, en concreto para los habitantes de la provincia de Manabí.
- Las respuestas y menciones hacia los tweets que emitían cuentas oficiales no abarcaban la totalidad en la red informativa por razones de falta de conocimiento sobre organismos oficiales encargados de la situación en el país.
- Falta de condiciones por parte de los usuarios para el manejo de recepción y emisión de información.

### **3.6 Análisis de resultados de los instrumentos aplicados.**

En este epígrafe se presentan los resultados condensados y analizados obtenidos en la aplicación de las técnicas investigativas, bajo la correspondiente normativa científica.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
 DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados  
 INDICADOR: perspectiva individualista  
 TÉCNICA CUANTITATIVA: escala de Thurstone.

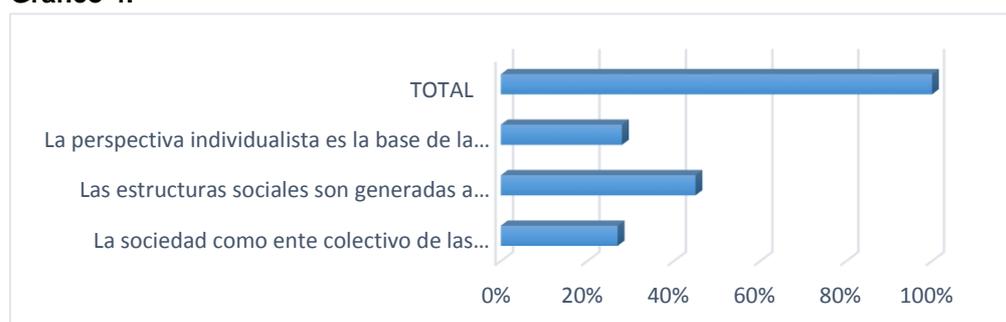
1.- La sociedad como ente colectivo de las relaciones y acciones humanas responden a la comprensión y percepción de los significados.

**Tabla 5.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La sociedad como ente colectivo de las relaciones y acciones humanas responden a la comprensión y percepción de los significados.	27	27%
Las estructuras sociales son generadas a partir del proceso de perspectiva individual en las prácticas sociales más no de un colectivo social.	45	45%
La perspectiva individualista es la base de la percepción de los significados junto al colectivo que generan una estructura social.	28	28%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico 4.**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

La técnica utilizada deja como resultado la comprensión de la perspectiva individual como principal generador de las estructuras sociales en un 45% sobre el colectivo social, por lo tanto se entiende a la perspectiva como un acto social netamente individual, apartando a los demás conjuntos sociales en la construcción y percepción de significado, mientras que el 28% indica que la perspectiva individualista es la base de la percepción de los significados junto al colectivo que generan una estructura social.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
 DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados  
 INDICADOR: perspectiva individualista  
 TÉCNICA CUALITATIVA: inserción de texto.

En el Artículo *el impacto de internet en la sociedad una perspectiva global*, se expone.

[...] “Pero individualización no significa aislamiento ni, por supuesto, el fin de la comunidad. La sociabilidad se reconstruye en forma de individualismo y comunidad en red a través de la búsqueda de personas afines, en un proceso que combina interacción virtual (online) con interacción real (offline), ciberespacio con espacio físico y local” (Castells, 2014, 11)

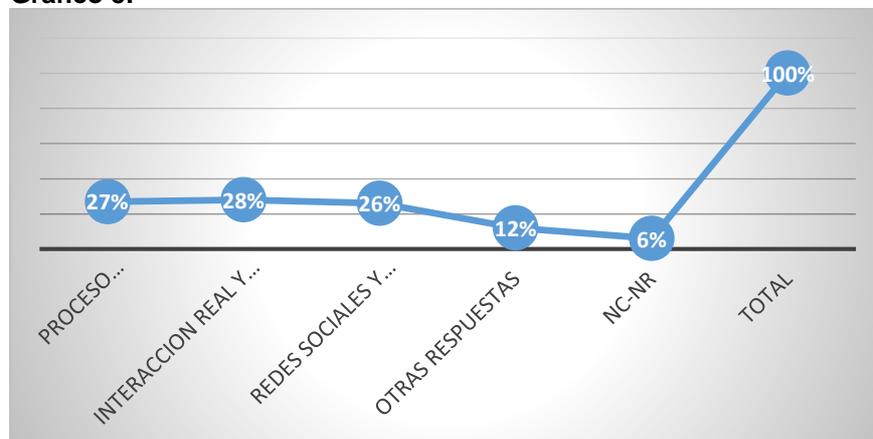
2.- ¿A partir del texto citado como relaciona al proceso de individualización con la participación del sujeto en el ciberespacio?

**Tabla 6.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROCESO INDIVIDUALISTA	27	27%
INTERACCION REAL Y VIRTUAL	28	28%
REDES SOCIALES Y TECNOLOGIAS	26	26%
OTRAS RESPUESTAS	12	12%
NC-NR	6	6%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico 5.**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

### Análisis.

A partir de esta técnica se establecen dos puntos importantes en la relación individualista y la participación del sujeto en el ciberespacio, los cuales son con un 28% la interacción real y virtual y con un 27% se la concibe como un proceso por parte de los abordados, de esta manera se vincula a la interacción virtual con la individualización dentro del contexto de redes sociales y tecnologías.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados  
INDICADOR: elementos de percepción en redes sociales  
TÉCNICA CUANTITATIVA: encuesta.

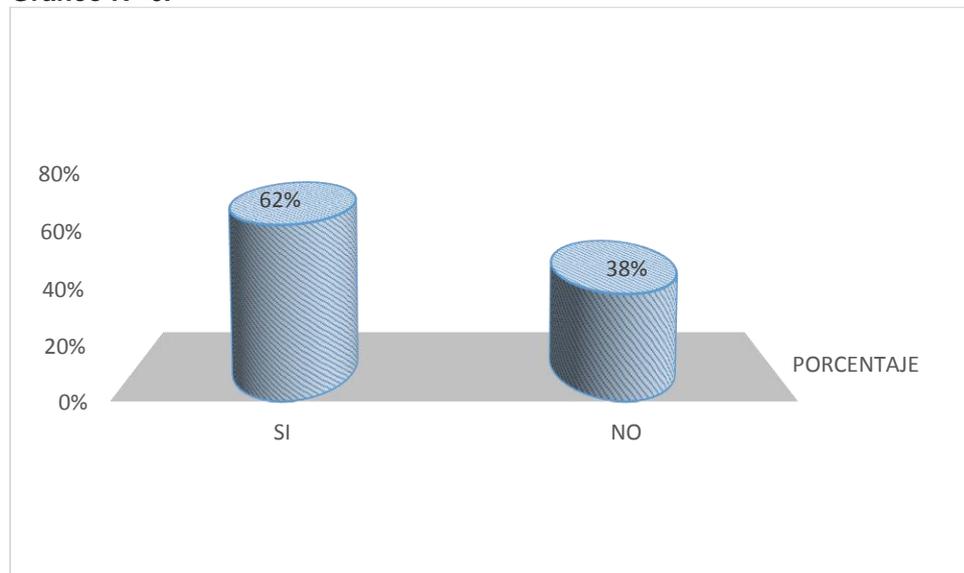
3.- ¿Usted considera que los elementos que permiten la percepción de información en twitter son viables para la construcción de contenidos informativos?

**Tabla N° 7.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	62	62%
NO	38	38%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 6.**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

A partir de los resultados ya conocidos se puede inferir que los diversos contenidos informativos que se generan en twitter, mediante los de percepción de información como son las herramientas de búsqueda son considerados en un 62% viables para la construcción de información por parte de los abordados que comparten los mismos intereses mientras que el 38% se inclina por el no, ya que exponen que la construcción de información en Twitter inicia en la réplica de otros contenidos.

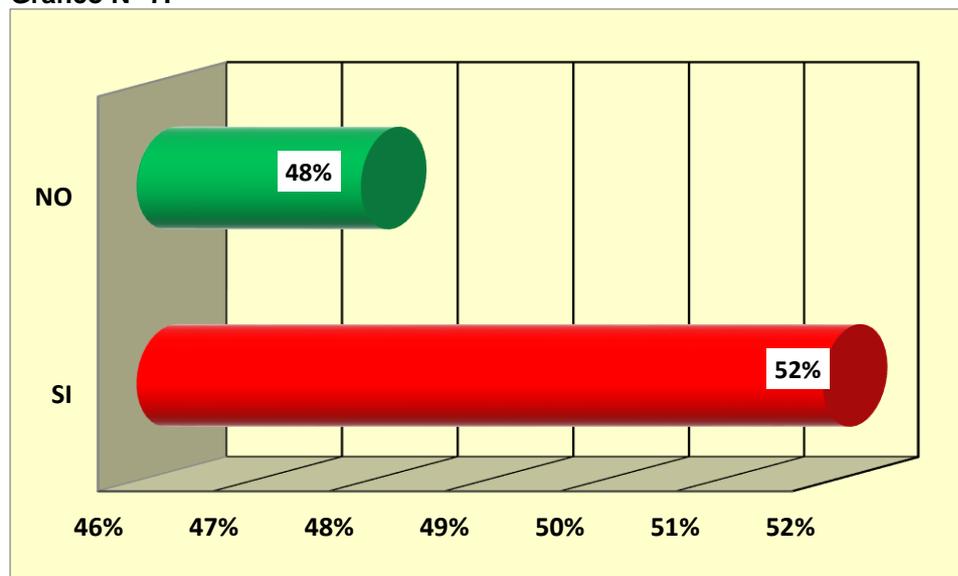
4.- ¿Está usted de acuerdo en que las herramientas de búsqueda de información en Twitter otorguen como resultado múltiples contenidos de diversas fuentes oficiales y no oficiales?

**Tabla N° 8.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	52	52%
NO	48	48%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 7.**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

Mediante esta técnica se evidencia una diferencia mínima entre la selección de los rangos por parte de los abordados, de tal manera el 52% considera que las herramientas de búsqueda de información son viables para la obtención de información ya sea que provengan de fuentes oficiales o no, mientras que el 48% considera que no es lo apropiado, por lo tanto se determina que la percepción de información en redes sociales si rige a la cantidad de información que se obtiene de diversas fuentes informativas.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
 DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados  
 INDICADOR: elementos de percepción en redes sociales  
 TÉCNICA CUALITATIVA: situación ideal.

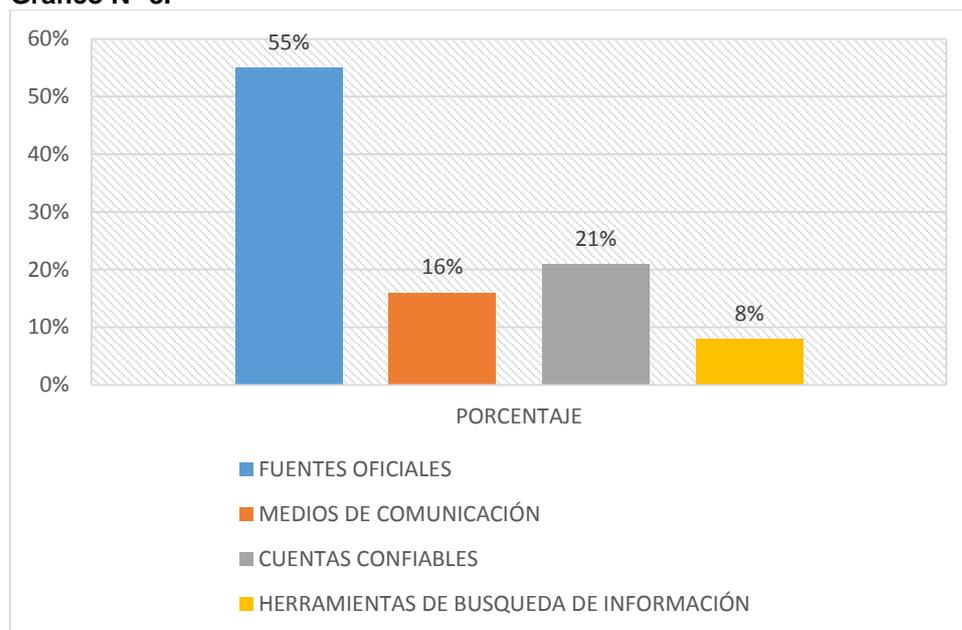
5.- La percepción de contenidos informativos en redes sociales adquieren validez cuando provienen de

**Tabla N° 9.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FUENTES OFICIALES	55	55%
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	16	16%
CUENTAS CONFIABLES	21	21%
HERRAMIENTAS DE BUSQUEDA DE INFORMACIÓN	8	8%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 8.**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Los resultados de esta técnica establecen cuatro puntos importantes, priorizando a las fuentes oficiales como responsables de la validez de información en twitter con un 55% de esta manera se puede inferir que los abordados se inclinan por lo veraz y valido de la información sobre las diversas fuentes que pueden difundirlo, mientras que las búsqueda de información con un 8% no es considerado en su mayoría como requisito para obtener información eficaz.

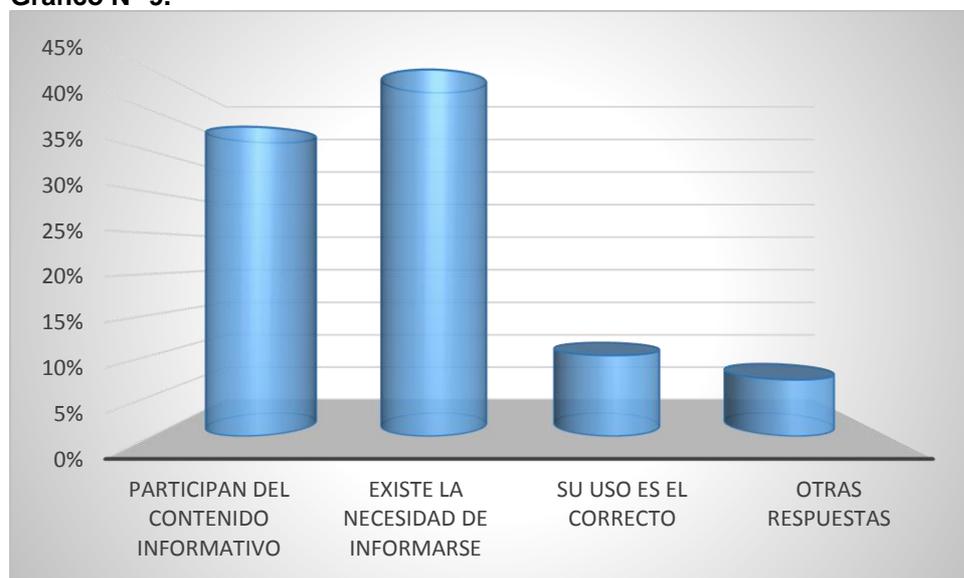
6.- Los procesos de recepción de información en internet establecen herramientas de información cuando

**Tabla N° 10.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PARTICIPAN DEL CONTENIDO INFORMATIVO	38	38%
EXISTE LA NECESIDAD DE INFORMARSE	45	45%
SU USO ES EL CORRECTO	10	10%
OTRAS RESPUESTAS	7	7%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 9.**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

La técnica utilizada permite esclarecer el proceso de recepción información dejando como resultado que los usos de las herramientas de búsqueda de información en su mayoría responden a la necesidad de informarse con un 45%, también llama la atención con un 10% que es importante realizar un uso correcto a las herramientas de búsqueda para que los procesos de recepción puedan responder a la obtención de información oficial.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
 DIMENSIÓN: estructura social  
 INDICADOR: recepción y acción comunicativa  
 TÉCNICA CUANTITATIVA: escala numérica.

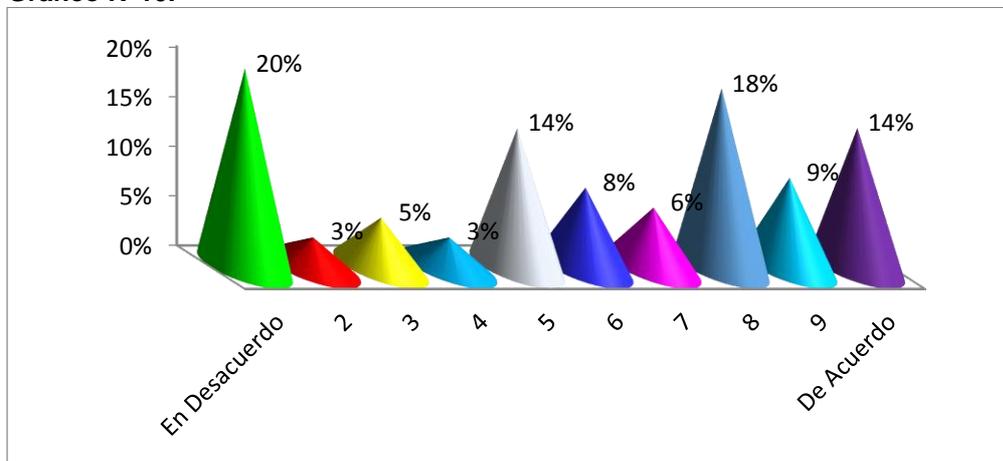
7.- ¿Está usted de acuerdo en que la estructura social dentro de un contexto informativo se genere mediante procesos comunicativos solo entre emisor y receptor?

**Tabla N° 11.**

Rango	Frecuencia	porcentaje
En Desacuerdo	20	20%
2	3	3%
3	5	5%
4	3	3%
5	14	14%
6	8	8%
7	6	6%
8	18	18%
9	9	9%
De Acuerdo	14	14%
Total	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N°10.**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

Los resultados expuestos, permiten evidenciar diferencias mínimas entre los grados de desacuerdo y de acuerdo, de esa manera los abordados manifiestan variedad en sus decisiones con respecto a la acción comunicativa en un contexto informativo, que con un 20% consideran que no es adecuado que esta acción sea solo entre emisor y receptor, mientras que el porcentaje mínimo se expone con un 3% de desacuerdo.

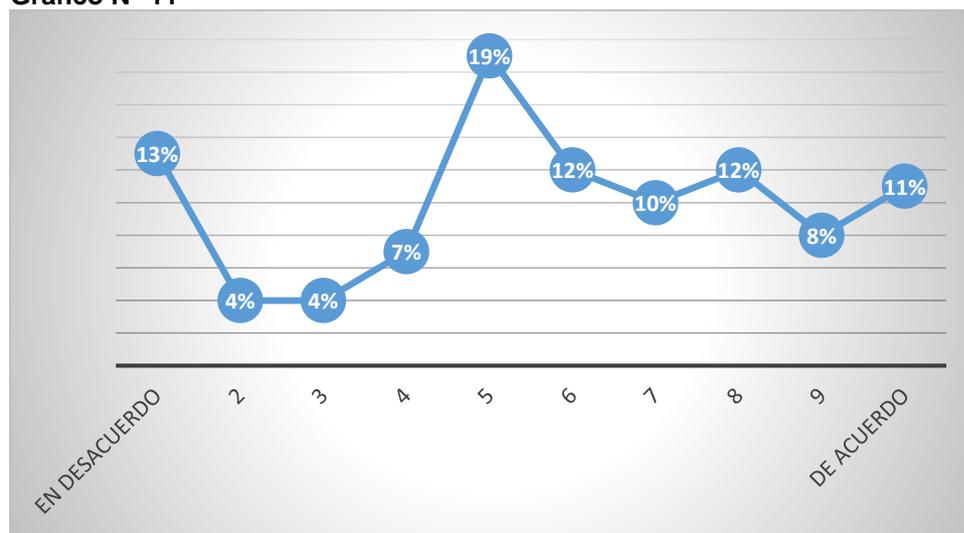
8.- ¿Está usted de acuerdo en que la acción y recepción comunicativa favorezca la interacción solo en la práctica social más no en la práctica virtual?

**Tabla N°12**

Rango	Frecuencia	porcentaje
En Desacuerdo	13	13%
2	4	4%
3	4	4%
4	7	7%
5	19	19%
6	12	12%
7	10	10%
8	12	12%
9	8	8%
De Acuerdo	11	11%
Total	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 11**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

En el presente resultado de la técnica desarrollada se expone un 19% que señala que los abordados están medianamente de acuerdo con que la acción comunicativa entre emisor y receptor y otros canales de interacción favorezca la práctica social mas no la práctica virtual es decir que no se involucren las plataformas virtuales, resultados que se inclinan al de acuerdo total con un 11%.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
 DIMENSIÓN: estructura social  
 INDICADOR: recepción y acción comunicativa  
 TÉCNICA CUALITATIVA: situación ideal.

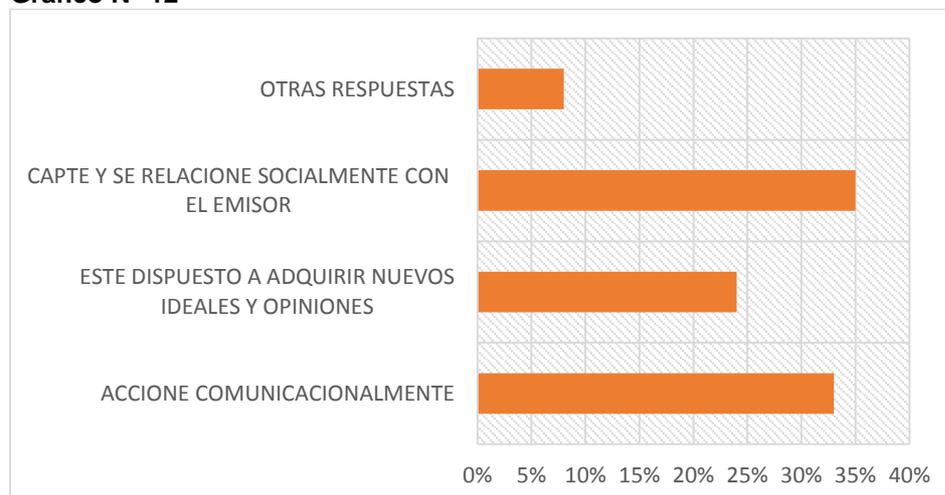
9.- La estructura social dependerá del proceso individual y colectivo de transmitir sus ideas y actitudes siempre y cuando el receptor

**Tabla N° 13.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ACCIONE COMUNICACIONALMENTE	33	33%
ESTE DISPUESTO A ADQUIRIR NUEVOS IDEALES Y OPINIONES	24	24%
CAPTE Y SE RELACIONE SOCIALMENTE CON EL EMISOR	35	35%
OTRAS RESPUESTAS	8	8%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 12**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

Los abordados en la desarrollo de esta técnica manifiestan que la estructura social depende y se complementa del proceso individual siempre y cuando el receptor capte y se relacione con el emisor acaparando un 35%, dentro de este análisis también se evidencia que la acción comunicacional es decir el feedback en toda interacción favorece esta estructura con un 33%, por lo tanto se determina que el receptor debe guardar relación con lo que se comunica además participar en todos los contextos de acción y recepción comunicativa.

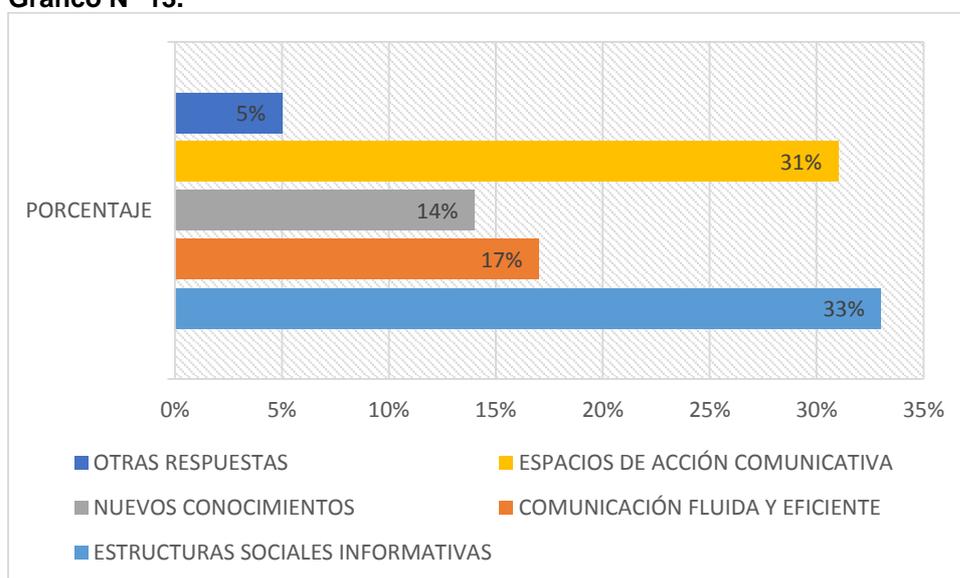
10.- La acción comunicativa es útil y favorece a los procesos de interacción generando

**Tabla N° 14.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTRUCTURAS SOCIALES INFORMATIVAS	33	33%
COMUNICACIÓN FLUIDA Y EFICIENTE	17	17%
NUEVOS CONOCIMIENTOS	14	14%
ESPACIOS DE ACCIÓN COMUNICATIVA	31	31%
OTRAS RESPUESTAS	5	5%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 13.**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

“el conocimiento, si tenemos conocimiento tenemos poder informativo y la información es una herramienta poderosa que no todos sabemos difundirla correctamente”. (Público Muestral)

### **Análisis.**

Los resultados que se evidencian a partir de esta técnica determinan con un 33% que la acción comunicativa se ve favorecida por las estructuras sociales informativas, es decir en un entorno que amerite intercambio de información estas estructuras prevalecen en los procesos informativos, también se manifiesta a los espacios comunicativos con un 31% como precursor de este contexto de interacción y acción comunicativa.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
 DIMENSIÓN: estructura social  
 INDICADOR: procesos dinámicos comunicacionales  
 TÉCNICA CUALITATIVA: cambio de rol

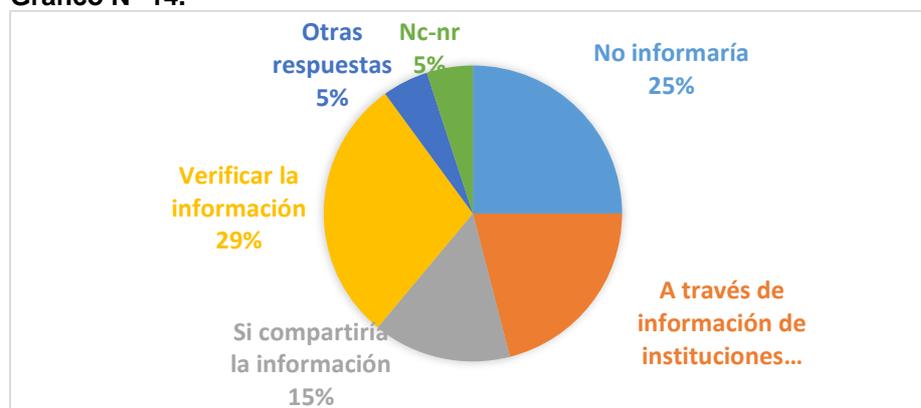
11.- ¿Cuál sería su accionar como fuente informativa no oficial en el acto comunicativo frente a un suceso de relevancia nacional?

**Tabla N° 15.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No informaría	25	25%
A través de información de instituciones Gubernamentales	21	21%
Si compartiría la información	15	15%
Verificar la información	29	29%
Otras respuestas	5	5%
Nc-nr	5	5%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 14.**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

A partir de la técnica utilizada se pone en manifiesto el accionar del usuario como fuente informativa no oficial el cual radica en la verificación de información con un 29% en el acto comunicativo acerca de un suceso de relevancia nacional, además el 21% de abordados señalan que receptarían información si solo proviene de instituciones gubernamentales.

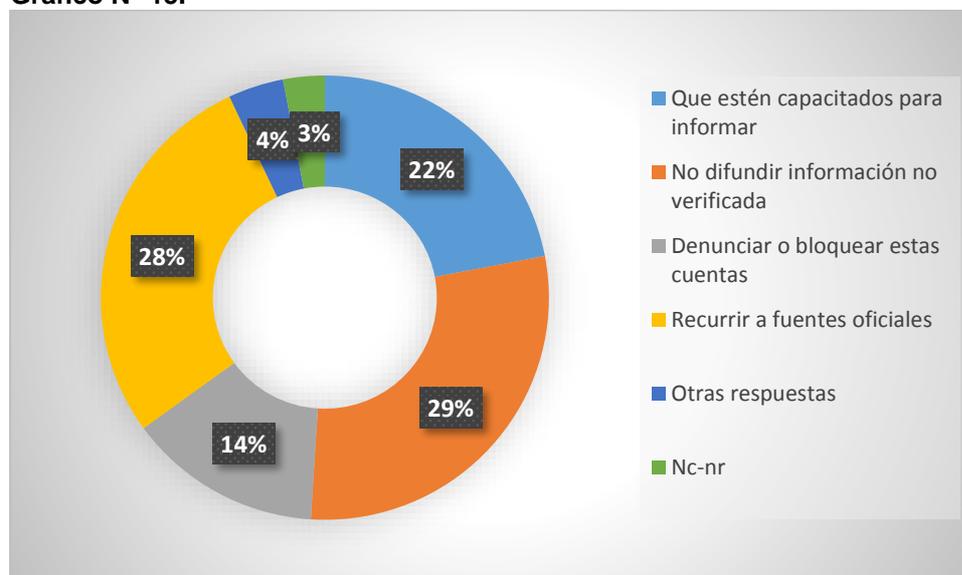
12.- Desde una postura de fuente informativa oficial ¿Qué sugeriría a los usuarios que se encargan de generar información no verificada?

**Tabla N° 16.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Que estén capacitados para informar	22	22%
No difundir información no verificada	29	29%
Denunciar o bloquear estas cuentas	14	14%
Recurrir a fuentes oficiales	28	28%
Otras respuestas	4	4%
Nc-nr	3	3%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 15.**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Expuestos los resultados se puede inferir que la sugerencia con mayor porcentaje 29% se inclina a la no difusión de información falsa o no verificada, por lo tanto el público muestral desde la postura de fuente oficial reconoce lo perjudicial que es compartir información falsa, también sugieren con un 14% denunciar o bloquear cuentas que atentan contra el acto informativo y la validez de información contrastada.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
 DIMENSIÓN: estructura social  
 INDICADOR: procesos dinámicos comunicacionales  
 TÉCNICA CUANTITATIVA: escala de Likert

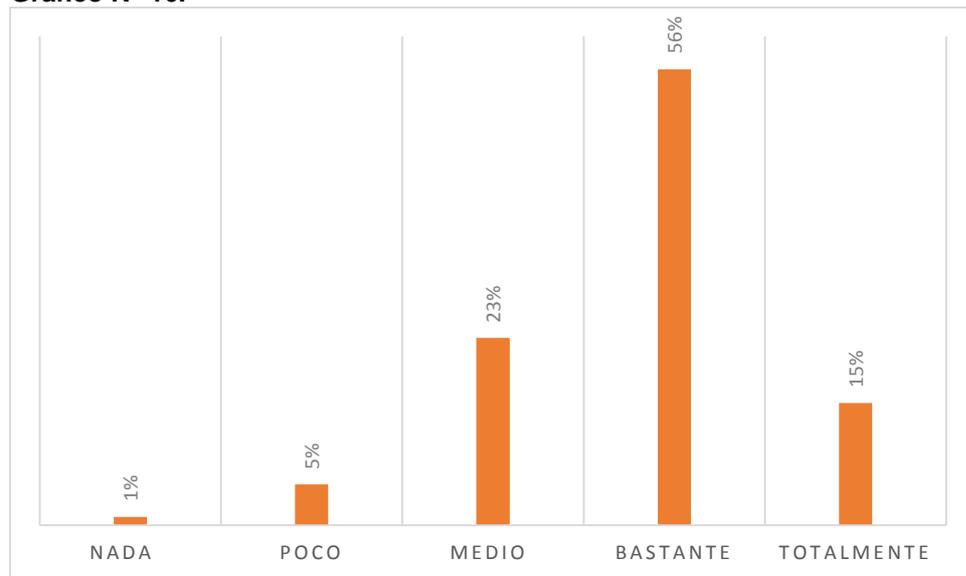
13.- Los procesos comunicacionales influyen en la construcción de significados.

**Tabla N° 17.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	1	1%
Poco	5	5%
Medio	23	23%
Bastante	56	56%
Totalmente	15	15%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 16.**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

A partir de los resultados expuestos, los abordados aceptan con un 56% que los procesos comunicacionales influyen bastante en la construcción de significados, procesos ya sean virtuales o reales en cada individuo dentro de un acto comunicativo además el 23% coincide que la influencia es media

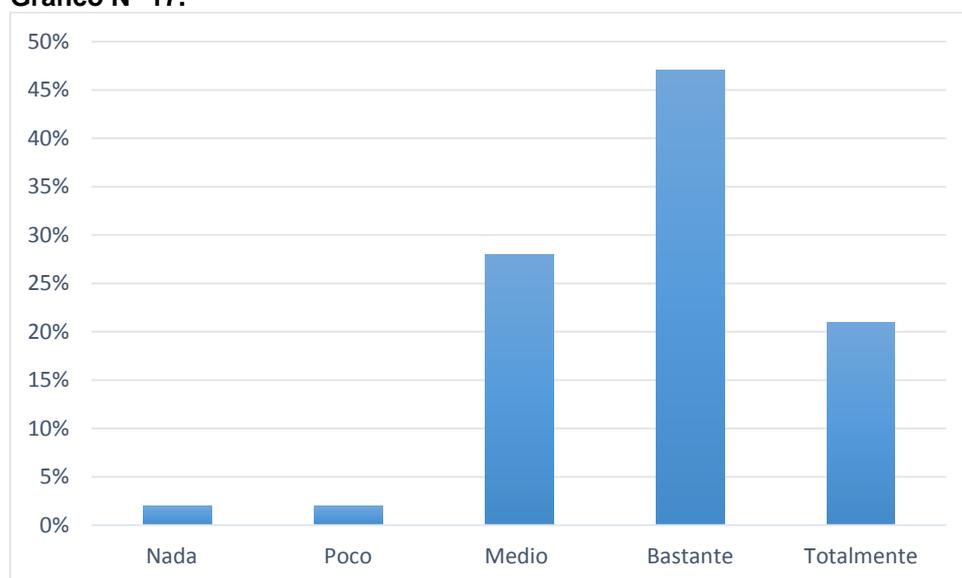
14.- El acto comunicativo refleja el valor del interaccionismo simbólico, evidenciado las capacidades de interpretación de cada individuo.

**Tabla N° 18.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	2	2%
Poco	2	2%
Medio	28	28%
Bastante	47	47%
Totalmente	21	21%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 17.**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Como resultado principal se evidencia con un 47% de los abordados que coinciden y se reafirman en su postura de que el acto comunicativo refleja el valor de la interacción simbólica que surgen a partir de las capacidades de cada individuo en su interpretación de la sociedad, también manifiestan que dicho valor en el acto comunicativo inciden medianamente con un 28%

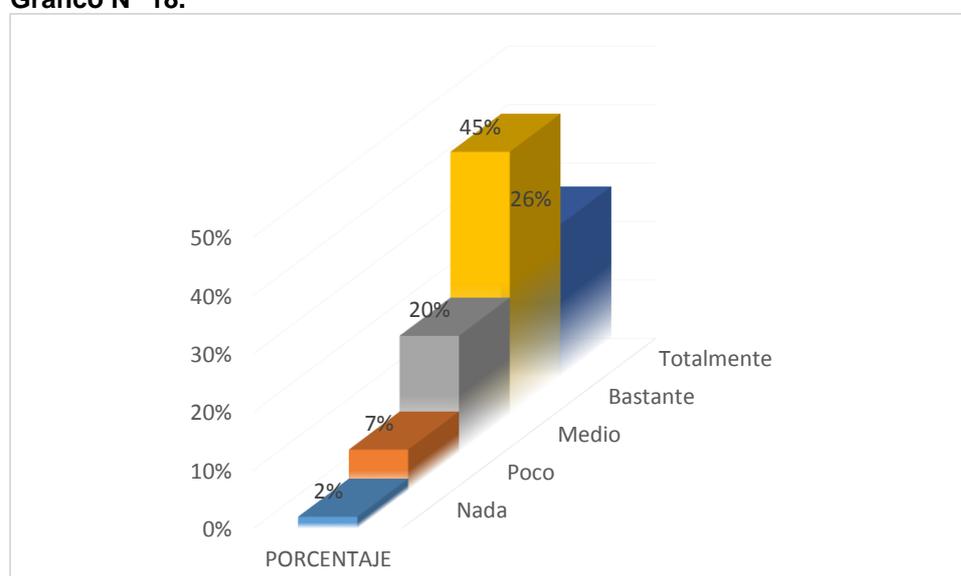
15.- La dinámica comunicacional dentro de la interacción social favorece a los intérpretes en un contexto informativo.

**Tabla N° 19.**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	2	2%
Poco	7	7%
Medio	20	20%
Bastante	45	45%
Totalmente	26	26%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 18.**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Se determina que la dinámica comunicacional con el 45% favorece la interacción en cuanto se refiere a los procesos informativos ya que cada intérprete se lo considera como ente fundamental en cada acto informativo, el 7% considera que la dinámica comunicacional no incide en ningún proceso ni acción informativa.

VARIABLE: Gestión de Información  
 DIMENSIÓN: Sociedad de Información  
 INDICADOR: Contexto Tecnológico Evolutivo  
 TÉCNICA CUANTITATIVA: escala numérica

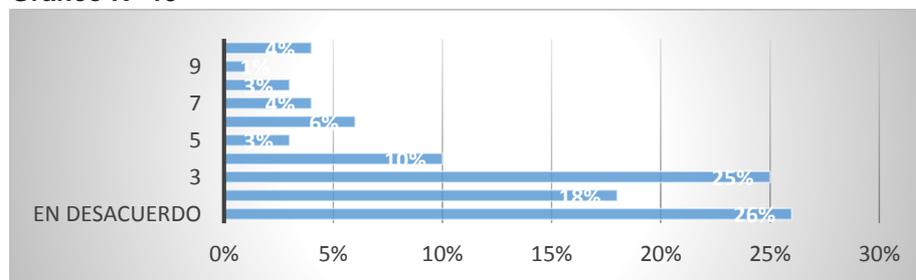
16.- ¿Está usted de acuerdo en que el constante desarrollo de las diversas tecnologías de información genere una cantidad indefinida de contenidos de información?

**Tabla N°20**

Rango	Frecuencia	porcentaje
En Desacuerdo	26	26%
2	18	18%
3	25	25%
4	10	10%
5	3	3%
6	6	6%
7	4	4%
8	3	3%
9	1	1%
De Acuerdo	4	4%
Total	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 19**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

### Análisis.

A partir de la presente técnica aplicada, se establece un notorio porcentaje con el 26% de desacuerdo por parte de los abordados que en mayoría no acepta que el desarrollo de tecnologías informativas generen diversos contenidos informativos ya sean válidos o no, y con un 4% si están de acuerdo en que el desarrollo de estas tecnologías si generen cantidades indefinidas de contenidos informativo.

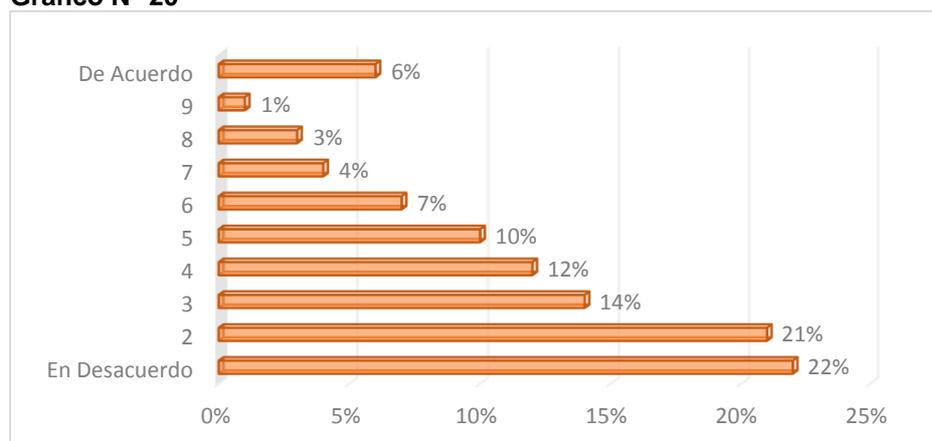
17.- ¿Está usted de acuerdo en que los espacios de información que siguen en constante evolución invitan a los consumidores a ser partícipes activos en la creación de contenidos?

**Tabla N° 21**

Rango	Frecuencia	porcentaje
En Desacuerdo	22	22%
2	21	21%
3	14	14%
4	12	12%
5	10	10%
6	7	7%
7	4	4%
8	3	3%
9	1	1%
De Acuerdo	6	6%
Total	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 20**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Expuestos los resultados se determina con el 22% en desacuerdo seguido por el 21% que los abordados no consideran adecuado que los consumidores en redes sociales sean partícipes en la creación de contenidos informativos, además se evidencia una inclinación mínima pero mayor a la técnica anterior con el 6% de acuerdo de que si sean partícipes de contenidos.

VARIABLE: Gestión de Información  
 DIMENSIÓN: Sociedad de Información  
 INDICADOR: Contexto Tecnológico Evolutivo  
 TÉCNICA CUALITATIVA: situación ideal

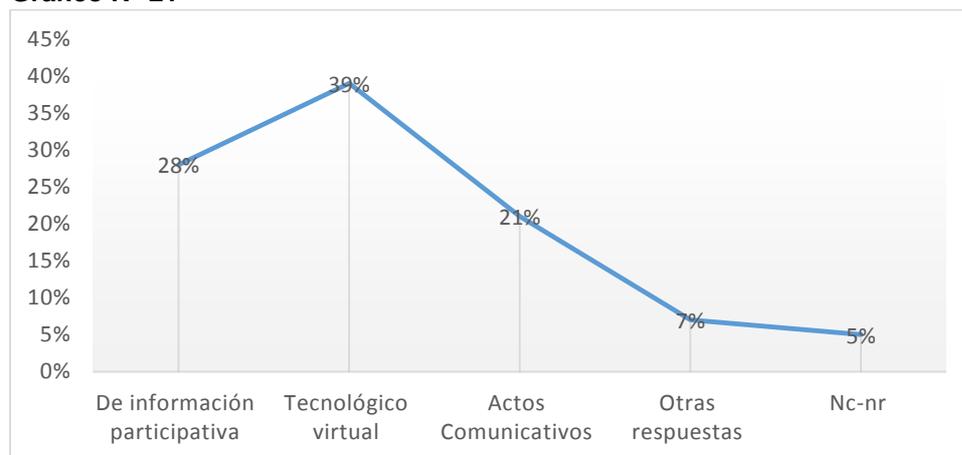
18.- La comunicación en red y la sociedad de redes establecen estructuras fijas que se involucran en un contexto

**Tabla N° 22**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De información participativa	28	28
Tecnológico virtual	39	39
Actos Comunicativos	21	21
Otras respuestas	7	7
Nc-nr	5	5
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 21**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

A partir de los resultados expuestos, los abordados manifiestan que la comunicación en red y la sociedad de redes se involucran en un contexto tecnológico virtual con el 39% de este modo se establece que esta sociedad de redes en la actualidad en gran parte es considerada dentro de un contexto virtual evolutivo, seguido de la información participativa con un 28%.

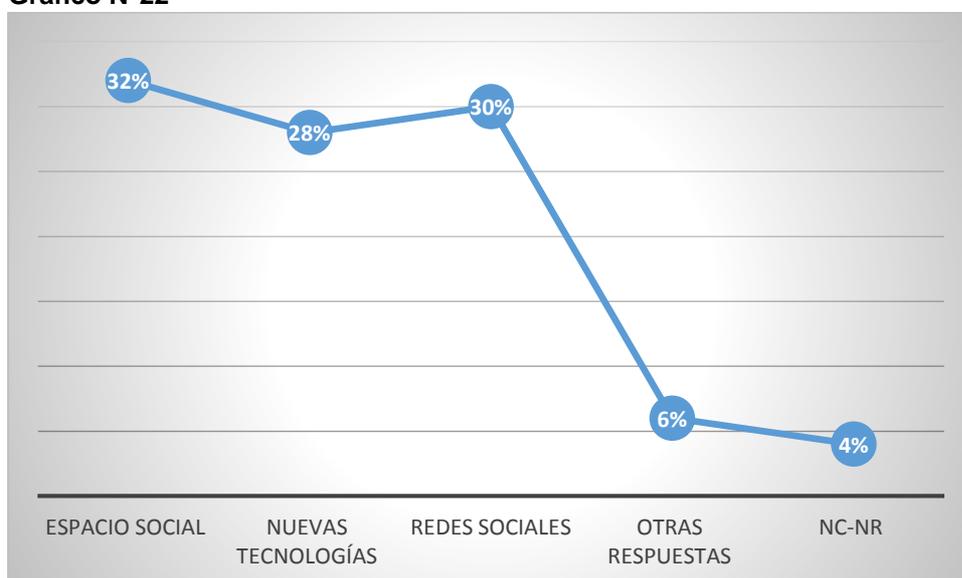
19.- Dentro de la sociedad de información se establece que el usuario genere, participe por medio de

**Tabla N° 23**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Espacio social	32	32%
Nuevas tecnologías	28	28%
Redes sociales	30	30%
Otras respuestas	6	6%
Nc-nr	4	4%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N°22**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Se determina que dentro de la sociedad de información el usuario participe en los denominados espacios sociales con el 32% estos mismos espacios están ligados a las redes sociales que según los abordados con el 30% consideran que los usuarios participen ya sea generando información o simplemente compartiéndola.

VARIABLE: Gestión de Información  
 DIMENSIÓN: Sociedad de Información  
 INDICADOR: Mecanismo social informativo  
 TÉCNICA CUANTITATIVA: encuesta

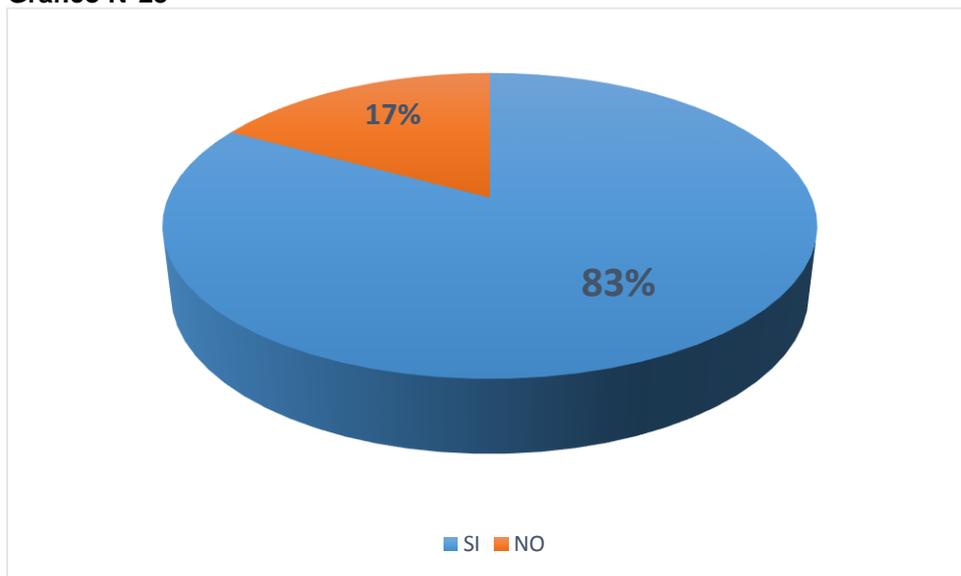
20.- ¿Está usted de acuerdo que los procesos de participación de información en twitter deben responder a un mecanismo de información?

**Tabla N° 24**  
**Tabla N° 23**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	83	83%
NO	17	17%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N°23**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

Los datos que se evidencian en los resultados de esta técnica definen una notoria mayoría a favor con el 83% que todo proceso participativo de información en twitter si debe regirse a un mecanismo de información, mientras que el 17% no lo considera una acción útil y fundamental en estos procesos participativos.

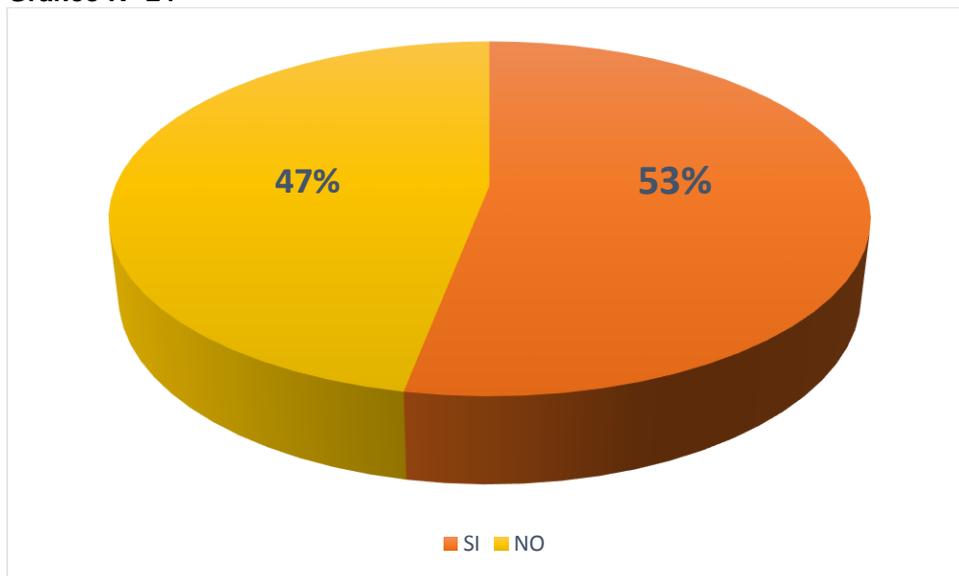
21.- ¿Usted considera que el sistema de acceso de información en twitter sean viables en los aspectos tendenciosos y la participación de usuarios en contenidos de interés similares?

**Tabla N° 25**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	53	53%
NO	47	47%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 24**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

En la presente técnica aplicada, los resultados ponen en manifiesto la dividida aceptación por parte de los abordados con respecto a la viabilidad que existe en Twitter al momento de buscar información ya sea por hechos tendenciosos o intereses similares entre usuarios por medio del Hashtag con un 53%, de esta manera se evidencia que el actual sistema que se aplica en la red útil para la mayoría de usuarios, en cambio el 47% considera que este método no es el correcto debido al desconocimiento de estas herramientas.

VARIABLE: Gestión de Información  
 DIMENSIÓN: Sociedad de Información  
 INDICADOR: Mecanismo social informativo  
 TÉCNICA CUALITATIVA: cambio de rol

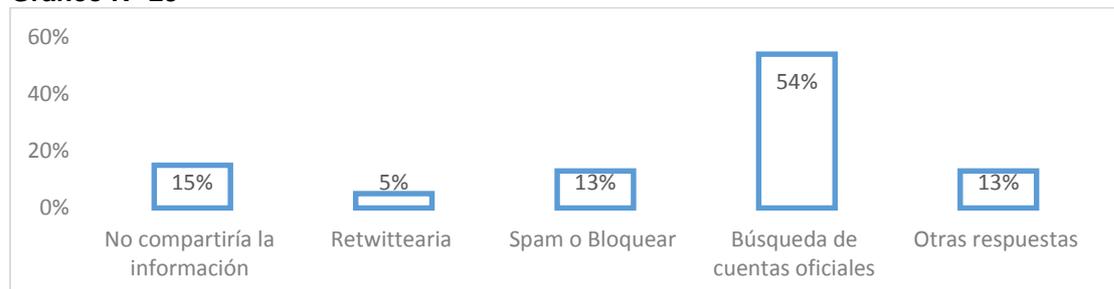
22.- Desde una postura de agente social ¿cómo participaría de información no verificada en la red social twitter?

**Tabla N° 26**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No compartiría la información	15	15%
Retwittearia	5	5%
Spam o Bloquear	13	13%
Búsqueda de cuentas oficiales	54	54%
Otras respuestas	13	13%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 25**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

A partir de los resultados expuestos se puede inferir en dos rangos fundamentales por parte de los abordados el 54% indican que su forma de participación de información no verificada en la red social se dirige a la búsqueda de cuentas oficiales, mientras que el 5% señala que si retwittearia esta información no oficial, evidenciando que a pesar de ser contenido no contrastado y no confirmado este pequeño porcentaje se involucra en un contexto que afecta los procesos validos de información.

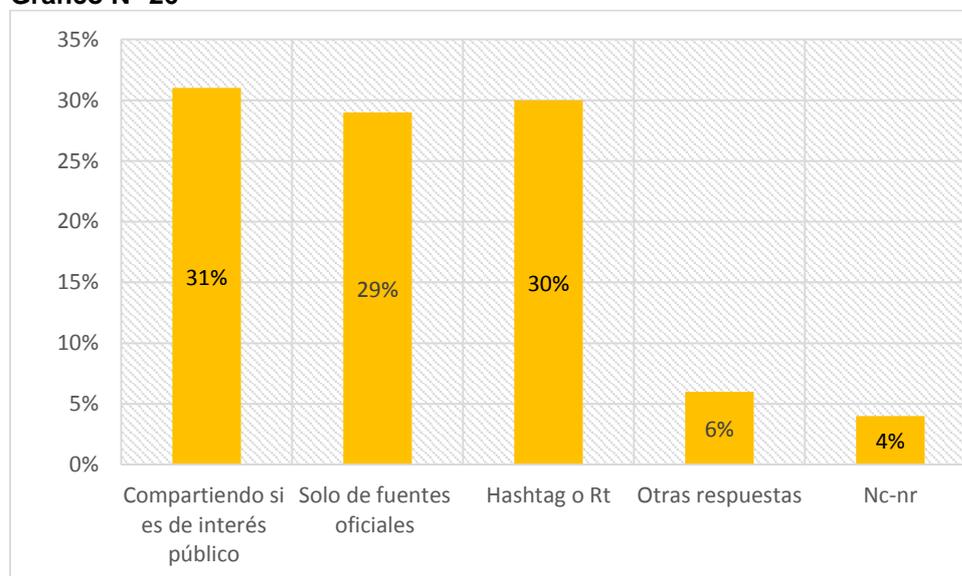
23.- Desde una postura de agente informativo independiente ¿cómo participaría de información verificada en la red social twitter?

**Tabla N° 27**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Compartiendo si es de interés público	31	31%
Solo de fuentes oficiales	29	29%
Hashtag o Rt	30	30%
Otras respuestas	6	6%
Nc-nr	4	4%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 26**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Los resultados de esa técnica involucran al agente informativo independiente en la acción de compartir información verificada si solo es de interés público con el 31%, por lo tanto este agente que se encarga de receptar todo tipo de información en esta red social, también participa de manera indirecta con el 30% por medio de HT o RT.

VARIABLE: Gestión de Información  
 DIMENSIÓN: estrategias selectivas de información  
 INDICADOR: flujo de redes de información  
 TÉCNICA CUANTITATIVA: escala de Thurstone

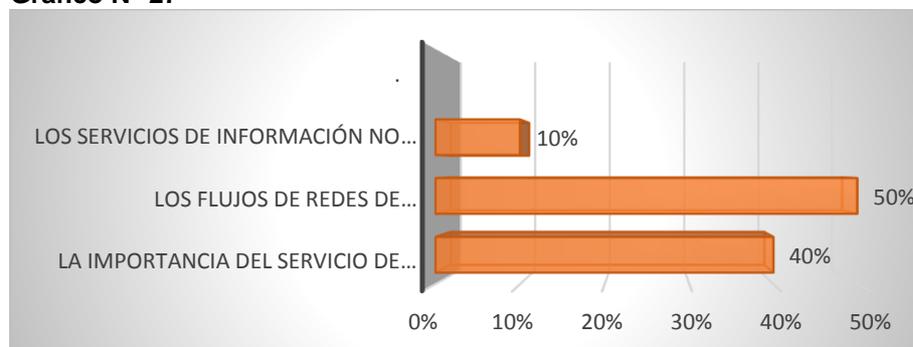
24.- La importancia del servicio de información eficiente se ve reflejada en la constante formación de plataformas tecnológicas

**Tabla N° 28**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La importancia del servicio de información eficiente se ve reflejada en la constante formación de plataformas tecnológicas.	40	40%
Los flujos de redes de información inician a partir de la fundamentación que otorgan las fuentes oficiales, más no en las plataformas tecnológicas.	50	50%
Los servicios de información no son importantes, solo importa las fuentes oficiales.	10	10%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 27**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Análisis.**

Mediante la técnica aplicada, el 50% de los abordados consideran que los flujos informativos tienen su validez e inician a partir de las fuentes oficiales y no en las plataformas tecnológicas, por lo tanto estos flujos informativos dependen más del contenido oficial de lo contrario el flujo se verá irrumpido, mientras el 40% señala que la información será efectiva si hay una constante evolución de plataformas tecnológicas.

VARIABLE: Gestión de Información  
 DIMENSIÓN: estrategias selectivas de información  
 INDICADOR: flujo de redes de información  
 TÉCNICA CUALITATIVA: test proyectivo

25.- ¿Desde su punto de vista interprete la utilidad de este tipo de información que emite una cuenta oficial en la red social twitter al momento de generar información de relevancia nacional?

**Tabla N° 29**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Necesario e importante	37	37%
Una sociedad informada en situación de riesgos	46	46%
Por seguridad de los ecuatorianos	10	10%
Otras respuestas	7	7%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Figura N° 7. Informe sismológico IG.**

**INSTITUTO GEOFISICO**  
**ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL**  
 Campus Ing. José Rubén Orellana

Apartado 2759 Telex: 22650 ESPONA Telf: 2225-655; 2507-144; 2507-150 ext 631  
 Quito - Ecuador Fax: (593)-2-2567847 - [www.igepn.edu.ec](http://www.igepn.edu.ec)

**#IGADía AL INSTANTE Réplicas del Sismo de Pedernales No. 232A**  
**Lunes, 19 de diciembre de 2016**

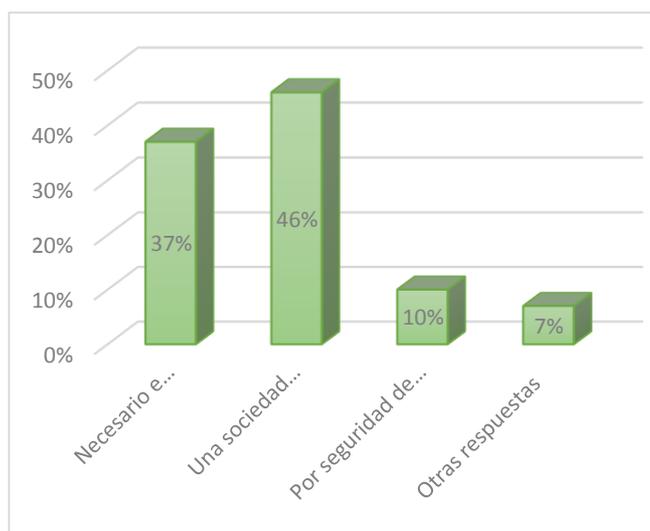
Desde las 18:00(TL) de ayer hasta las 06:00(TL) de hoy, se han localizado 24 réplicas dentro y fuera de la costa ecuatoriana. El sismo de mayor magnitud se registró a las 02:11 (TL) y fue de 5.8 de magnitud con una profundidad de 10 km. Este sismo se localizó costa fuera de Atacames.

Hasta el momento tenemos un total de 2954 réplicas desde el sismo del 16 de abril.

EV  
 06h00(TL).

Fuente: Twitter IG  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 28**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

## Análisis

La interpretación a partir de la figura utilizada en esta técnica por parte de los abordados expone un 46% que este tipo de información emitido sirve para mantener una sociedad informada en situación de riesgos, seguido del 37% que conjuntamente con la primera interpretación se considera necesario e importante, por lo tanto se determina que la información que se aprecia en la figura de carácter oficial es útil dentro del desarrollo de una sociedad.

VARIABLE: Gestión de Información

DIMENSIÓN: estrategias selectivas de información

INDICADOR: gestor de información

TÉCNICA CUANTITATIVA: escala de Likert

26.- El gestor de información está vinculado a las fuentes oficiales que otorguen información útil y veraz.

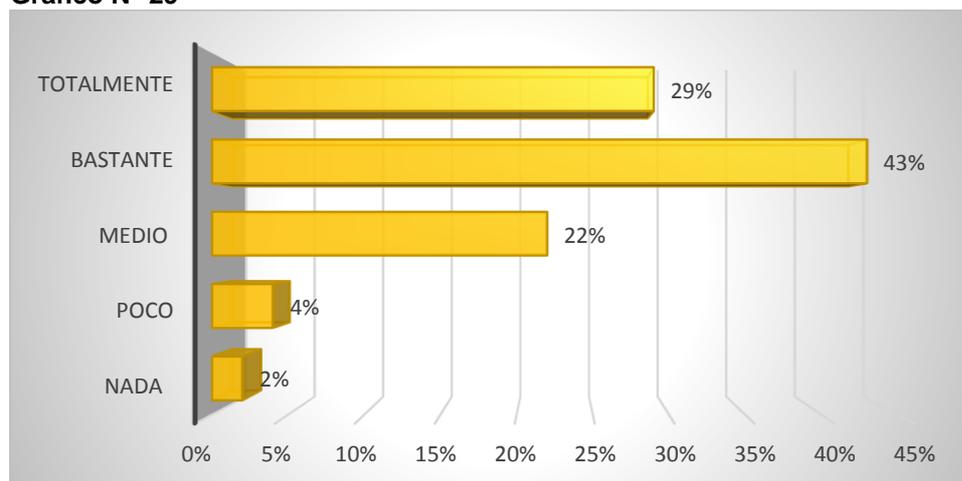
**Tabla N° 30**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	2	2%
Poco	4	4%
Medio	22	22%
Bastante	43	43%
Totalmente	29	29%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral

Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 29**



Fuente: Público muestral

Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Una vez expuestos los resultados se evidencia a partir del criterio de los abordados establecen que el gestor de información esté vinculado en con el 43% bastante y el 29% en su totalidad a la creación y difusión de información netamente verídica, eficiente y útil, mientras el 4% considera su accionar como innecesario, por consiguiente queda en total evidencia la importancia el accionar de un gestor informativo en el campo de la información.

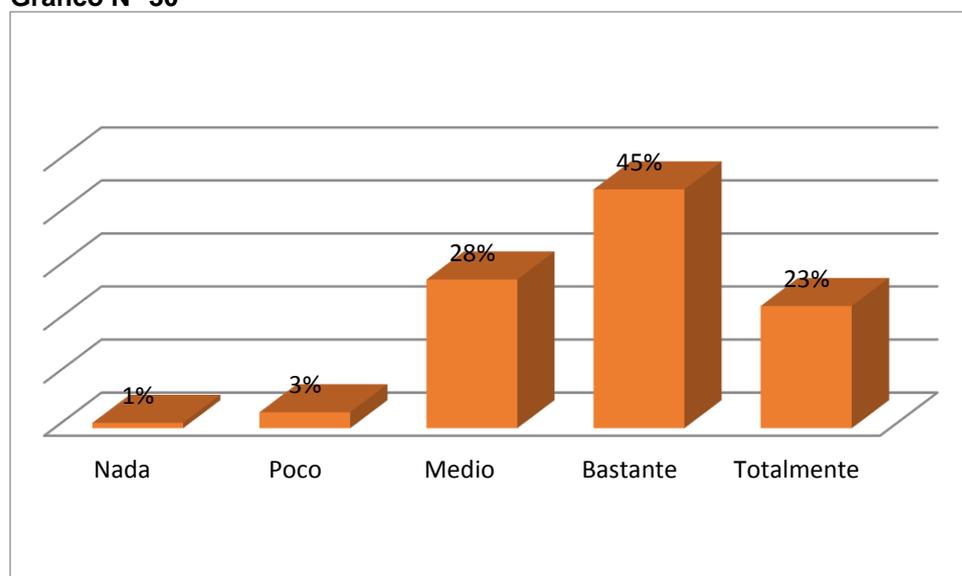
27.- Los productos informativos van de la mano de la corroboración de las diferentes fuentes informativas generando un impacto positivo en la interpretación colectiva social.

**Tabla N° 31**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	1	1%
Poco	3	3%
Medio	28	28%
Bastante	45	45%
Totalmente	23	23%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 30**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Mediante los resultados expuestos a partir de la técnica aplicada el 45% considera que es bastante el impacto positivo que se genera en la corroboración de diversas fuentes de información de un hecho informativo, este impacto positivo se ve reflejado en las diversas tendencias que se generan en Twitter, y mientras el 28% señala que influye medianamente en el colectivo social caso concreto las redes sociales.

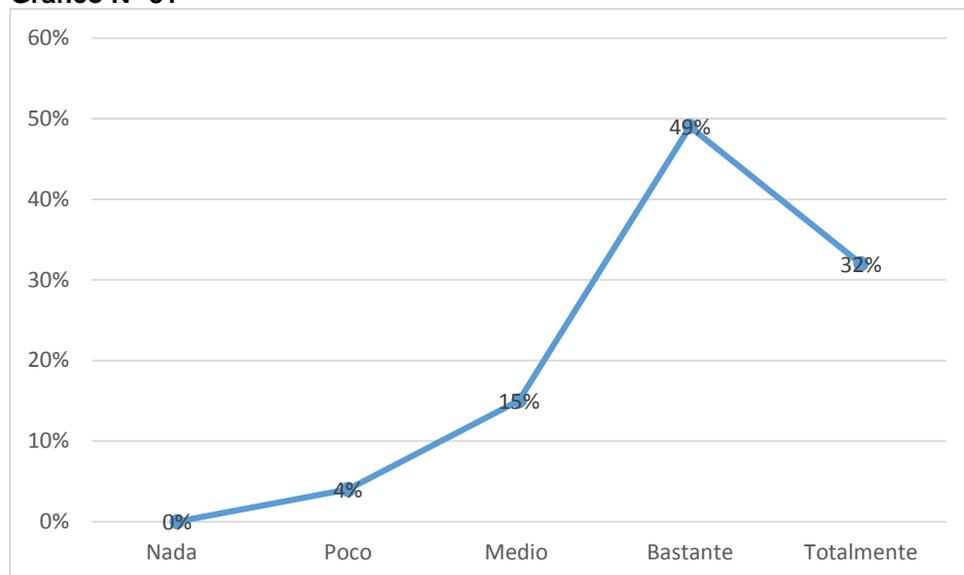
28.- Se considera al gestor informativo como punto clave y de gran utilidad en los contextos de información y relevancia nacional.

**Tabla N° 32**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	0	0%
Poco	4	4%
Medio	15	15%
Bastante	49	49%
Totalmente	32	32%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 31**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Los abordados consideran al gestor de información de gran utilidad y fundamental en los contextos informativos y en sucesos de relevancia nacional por lo cual los resultados lo señalan con un 49% en un rango de bastante y el 15% manifestó medianamente, de esta manera se evidencia la necesidad y la importancia del accionar del gestor informativo en la actividad de información en twitter.

VARIABLE: Gestión de Información  
 DIMENSIÓN: estrategias selectivas de información  
 INDICADOR: gestor de información  
 TÉCNICA CUALITATIVA: cambio de rol

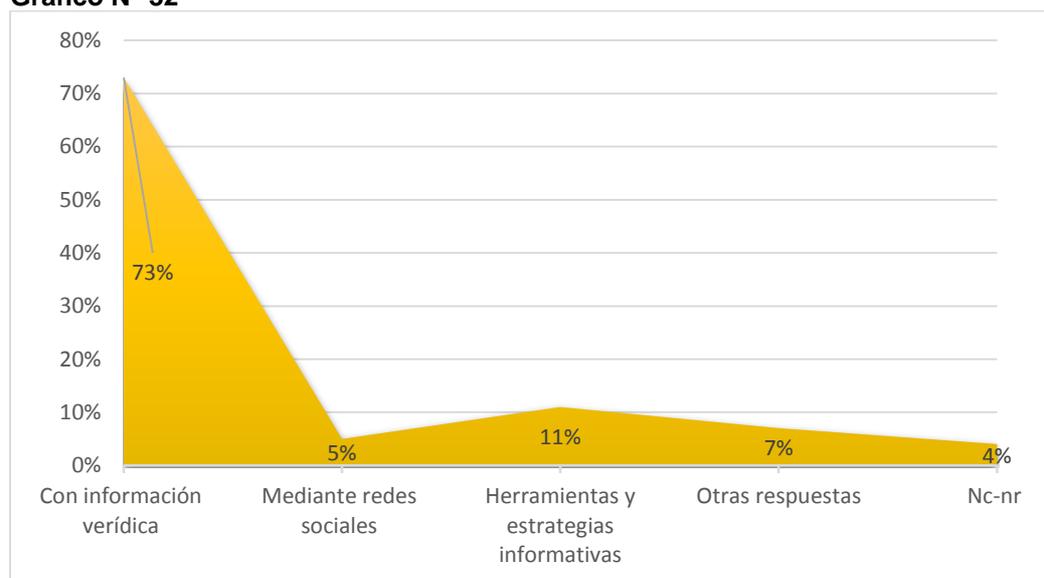
29.- Desde una postura de profesional de la información ¿Cómo actuaría para otorgar el direccionamiento correcto a los servicios informativos?

**Tabla N° 33**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con información verídica	73	73%
Mediante redes sociales	5	5%
Herramientas y estrategias informativas	11	11%
Otras respuestas	7	7%
Nc-nr	4	4%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 32**



Fuente: Público muestral  
 Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Los resultados expuestos en la aplicación de esta técnica permiten establecer un notorio porcentaje con el 73% al accionar por parte de los abordados en el direccionamiento correcto de los servicios informativos este será por medio de la información verídica, mientras un 5% se fija solo en las redes sociales en un supuesto accionar como profesional de la emisión de información.

30.- ¿Cómo interpreta la gestión de información por parte de individuos que desconocen la utilidad de la verificación y contrastación de los servicios informativos?

**Tabla N° 34**

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sin capacidad profesional	41	41%
Acción informativa peligrosa y deficiente	38	38%
Afecta el acto comunicativo	11	11%
Sancionar su accionar	8	8%
Otras respuestas	2	2%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

**Gráfico N° 33**



Fuente: Público muestral  
Elaboración: José Chauca

### **Análisis.**

Los resultados que se evidencian a partir de la interpretación de los abordados determinan el 41% sin capacidad profesional a aquellos individuos que generan y participan de la información y desconocen de los principios fundamentales como la verificación y contrastación de los hechos informativos llegando al punto de denominarlo como una acción peligrosa para la sociedad, mientras el 8% considera que se debe sancionar.

### **3.6.1. Comprobación de la hipótesis.**

Los procesos de gestión de información que fueron comprobados en el desarrollo y aplicación (dentro de un análisis completamente técnico) establecen que los elementos de construcción colectiva de significados en las dinámicas comunicacionales adoptando un modelo deficiente en las diferentes estrategias de información.

La participación del sujeto en el ciberespacio está fundamentada por la construcción de significados (ya sea individual o colectiva) los resultados expuestos indican que el público muestral define con el 45% que este proceso se genera a partir de la perspectiva individual y no de un colectivo social, ya que las herramientas que permiten receptar y buscar información en Twitter fueron aceptados como viables en la construcción de contenidos informativos.

La estructura social se establece como un proceso que dependerá de la relación social entre emisores y receptores, tanto como periodistas y estudiantes de la unión de periodistas del Guayas señalaron con el 35% verificando que este accionar comunicacional como el feedback favorecerá las diferentes estructuras, por ende estos procesos dinámicos comunicacionales influyen directamente en la construcción de significados con 56% expuesto, ya sean virtuales o reales por parte de cada individuo dentro de un acto comunicativo.

En la actualidad las diversas tecnologías y herramientas en constante desarrollo las redes sociales son la principal causa de la expansión y alcance de los contenidos de información pese a esto el 22% no considera que los usuarios sean partícipes de la creación de diversos contenidos, dentro de la sociedad de información cada usuario asimila su propio espacio ya que el 62% está activo mediante las redes sociales y constantemente comparte y publica diferentes clases de contenidos.

Por consiguiente las estrategias de selección de información dependerá de mecanismos según el 50% los flujos de redes informativas inician a partir de la fundamentación que otorgan las fuentes oficiales, los elementos analizados en la gestión de información en Twitter en un contexto de relevancia nacional permite evidenciar la necesidad y la importancia del accionar del gestor informativo en la actividad de información que se genera en la misma.

## **Capítulo IV**

### **Diseño de la Propuesta.**

#### **4.1. Propuesta.**

En este apartado se socializa la propuesta, *acción informativa: información veraz al servicio de Twitter*, acorde al análisis realizado, y a la vez comprobado los resultados aplicados en la Unión nacional de periodistas del Guayas, se propone mediante un plan comunicacional que fortalecerá los procesos de gestión de información en situación de riesgos en la red social Twitter, la misma que trascenderá modificando los modelos y bases conceptuales ya establecidas de las estrategias informativas.

#### **4.2. Objetivos de la Propuesta**

##### **4.2.1. Objetivo General**

Proponer un plan comunicacional que permita el mejoramiento de gestión de información en la red social Twitter a partir del interaccionismo simbólico

##### **4.2.2. Objetivos Específicos**

1. Fortalecer las estrategias y mecanismos en el proceso de gestión de información en diferentes cuentas oficiales y no oficiales en la red social Twitter.
2. Consolidar los espacios de flujos de información desde la perspectiva individual mediante las diferentes herramientas que ofrece Twitter.

### 4.3 Planeación estratégica de la propuesta.

En el presente apartado se proyecta la planeación de la propuesta, la misma que está conformada por las principales dimensiones y componentes que serán abordadas de manera técnica ya que se relacionan con la problemática evidenciada dentro del análisis investigativo.

<b>Mecanismos informativos: Periodismo veraz al servicio de Twitter.</b>				
<b>Áreas</b>	<b>Componentes</b>	<b>Responsables</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Plan acciones</b>
Interacción más redes sociales en contextos de relevancia informativa	Herramientas de búsqueda de información	Lcdo. Stalin Miranda Comunicador social	9 de Octubre al 22 de Diciembre	Socialización de las herramientas de búsqueda de información por redes sociales
	Plataformas virtuales de interacción			Conversatorio
	Redes sociales como herramientas informativas			Mesa redonda
Fuentes oficiales que validan la gestión de información	Construcción de Contenidos noticiosos	Lcdo. Roy Moran Director de comunicación del centro zonal ECU 911	9 de Octubre al 22 de Diciembre	Talleres Prácticos
	Información dañina e Información veraz			Foro
	Importancia de las cuentas oficiales en twitter			Taller de capacitaciones

**Tabla N° 35**

Fuente: José Chauca

Elaboración: José Chauca.

#### 4.4 Presupuesto de la propuesta.

En este apartado se desarrollan los precios y gastos para los implementos y funciones del personal capacitado que se necesiten en la propuesta.

<b>Análisis de la Propuesta Comunicacional Mecanismos informativos: Periodismo veraz al servicio de Twitter.</b>			
Fecha de Inicio	Oct-9		
Fecha de Finalización	Dic- 22		
Facultad Responsable	Facultad de Comunicación Social		
Investigador Responsable	José Francisco Chauca Toala		
Presupuesto Realizado para	Universidad de Guayaquil		
<b>Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación</b>			
<b>RUBROS</b>	<b>FASE I ( Corresponde a periodo de tiempo semestral</b>	<b>FUENTES</b>	
		<b>Universidad de Guayaquil</b>	<b>ECU 911</b>
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>			
Personal Vinculado	\$4.800,00	\$ 3.000,00	\$ 1.800,00
<b>Total de Gastos de Personal</b>	<b>\$4.800,00</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$ 1.800,00</b>
<b>SOFTWARE, EQUIPO TECNOLÓGICO , MAQUINARIA , EQUIPO</b>			
Total Software y Equipo Tecnológico	\$ 3.490,00	\$2.325,00	\$1.165,00
<b>Total Software</b>	<b>\$ 3.490,00</b>	<b>\$2.325,00</b>	<b>\$1.165,00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>			
Papelería y Fotocopias	\$ 60,00	\$ 40,00	\$ 20,00
Servicios básicos	\$150,00	\$100,00	\$50,00
Transporte	\$ 70,00	\$ 46,00	\$ 24,00
<b>Total otros Gastos</b>	<b>\$ 280,00</b>	<b>\$ 186,00</b>	<b>\$ 94,00</b>
<b>Subtotal</b>		<b>\$ 5.511,00</b>	<b>\$ 3.059,00</b>
<b>Total General</b>			<b>\$8.570,00</b>

**Tabla N° 36**

Fuente: José Chauca

Elaboración: José Chauca.

<b>Análisis de la Propuesta Comunicacional: Mecanismos informativos: Periodismo veraz al servicio de Twitter.</b>							
Fecha de Inicio	Oct-9						
fecha de Finalización	Dic- 22						
Facultad Responsable	Facultad de Comunicación Social						
Investigador Responsable	José Francisco Chauca Toala						
Presupuesto Realizado para	Universidad de Guayaquil						
<b>Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación</b>							
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>							
<b>INVESTIGADOR</b>	<b>FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO</b>	<b>Horas Semanales</b>	<b>Numero de Meses</b>	<b>Valor hora</b>	<b>FASE I (Periodo de Tiempo Semestral)</b>	<b>FUENTES</b>	
						<b>Universidad de Guayaquil</b>	<b>ECU 911</b>
Lcdo. Roy Moran	Identificación e Importancia de las cuentas oficiales en twitter que validan la gestión de información	2	3	\$ 100	\$ 2,400	\$ 1,500	\$ 900
Lcdo. Stalin Miranda	Socialización de las herramientas de búsqueda de información por redes sociales	2	3	\$ 100	\$ 2,400	\$ 1,500	\$ 900

**Tabla N° 37**

Fuente: José Chauca

Elaboración: José Chauca.

## 4.5. Modelo de socialización de la Propuesta.

En este apartado se desarrolla el Plan estratégico de la propuesta planteada.

**Interacción y redes sociales**  
Horario: 10h00 a 12h00  
Responsable: Licenciado – Stalin Miranda

Fecha	Contenido	Desarrollo	Descriptor	Objetivo de aprendizaje
9/10/17 16/07/17 23/07/17 30/07/17	Contextos de relevancia informativa	Redes sociales como herramientas informativas	Se desarrollan los diferentes aspectos que engloban la relevancia informativa y el uso de las herramientas de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reconocer la importancia de las herramientas informativas</li> </ul>
6/11/17 13/11/17 20/11/17 27/11/17	Alcance de la información en redes sociales	Efectos positivos y negativos direccionados al uso correcto	Se plantea los efectos de la información expuesta en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar las normativas señaladas por el capacitador</li> </ul>
4/12/17 11/12/17 18/12/17 22/12/17	Interacción y construcción de contenidos noticiosos	Importancia de la redacción de la noticia en redes sociales	Se estudia las bases conceptuales de los contenidos noticiosos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer la redacción de los contenidos noticiosos</li> </ul>

**Tabla N° 38**

Fuente: José Chauca

Elaboración: José Chauca.

## Fuentes oficiales y su importancia en la gestión de información

Horario: 9h00 a 11h00

Responsable: Licenciado – Roy Moran.

Fecha	Contenido	Desarrollo	Descriptor	Objetivo de aprendizaje
12/10/17 19/10/17 26/10/17 2/11/17	Información válida y dañina	El impacto de un Tweet aspectos de la calidad de información	Se desarrolla un análisis del alcance e impacto de la publicación de un tweet en situación de riesgos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocer el impacto y efecto de un Tweet válido</li> <li>• Aplicar las normativas expuestas por el capacitador</li> <li>• Concientizar sobre el proceso de participación informativo en Twitter</li> </ul>
9/11/17 16/11/17 23/11/17 30/11/17	Cuentas Oficiales de Twitter en situación de riesgos	Importancia de la identificación de cuentas oficiales	Se identifica el proceso informativo de las cuentas oficiales en Twitter	
7/12/17 14/12/17 21/12/17 22/12/17	Selección de información el desastre informativo del 16 abril del 2016.	Causas y efectos de la desinformación	Se definen las razones de la participación de los usuarios en Twitter en la creación de contenidos informativos sin base profesional.	

**Tabla N° 39**

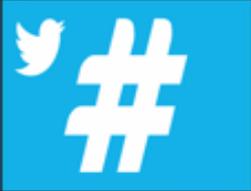
Fuente: José Chauca

Elaboración: José Chauca.

## Afiche.



PRESENTACION DE LA PROPUESTA

 **ACCIÓN  
INFORMATIVA**

TRATAMIENTO DEL PROCESO Y GESTION INFORMATIVO EN TWITTER EN SITUACION  
DE RIESGOS CASO TERREMOTO ECUADOR ABRIL 2106

 LUGAR: Centro de convenciones - Guayaquil

 HORA: 10H00 AM

TEMAS: Identificación e Importancia de las cuentas oficiales en twitter que validan la gestión de información y Socialización de las herramientas de búsqueda de información en redes sociales

***“Información Veraz al servicio de Twitter”***

Figura N° 6  
Fuente: José Chauca  
Elaboración: José Chauca.

## Conclusiones

- Una de las teorías que más predomina en el desarrollo de la estructuración del marco teórico es *¿son los estudiantes eficientes buscando y seleccionando información?* en la cual se fundamenta al proceso de gestión de información como una tarea muy compleja.
- La epistemología que sigue esta investigación se fundamenta en el estructuralismo ya que basa su explicación en que la relación sujeto y objeto está marcada por la estructura social y sus prácticas sociales.
- Las técnicas investigativas seleccionadas fueron, escala de trusthone, inserción de texto, encuesta, situación ideal, escala numérica, escala de Likert, cambio de rol y test proyectivo, en un total de ocho y se dividieron en cualitativas y cuantativas.
- Los resultados exponen aspectos fundamentales que definen a la participación del usuario en redes sociales como una respuesta a la percepción individual en la construcción de significados en un contexto informativo a través del uso de las herramientas de búsqueda información que ofrece Twitter.
- Se define a la variable estructura social como la acción entre emisor y receptor que favorece a los procesos dinámicos comunicacionales ya sea en contextos virtuales o reales.
- Se concluye que las constantes actualizaciones de twitter inciden en el alcance de los contenidos informativos y la participación de sus usuarios generando su propio espacio ocupando el rol de un medio informativo.
- Se define a las estrategias informativas como el uso adecuado de mecanismos que faciliten la selección y búsqueda de información a partir de la difusión de las cuentas oficiales en twitter.

## **Recomendaciones.**

- Es recomendable profundizar en los análisis de los estudios realizados por Xavier Pons y Rizo García, que están enfocadas en el fortalecimiento de las bases teóricas de esta investigación partiendo desde el interaccionismo simbólico hacia la gestión de información.
- Se recomienda que la epistemología en el desarrollo metodológico de esta investigación sea el estructuralismo debido a que permite realizar la interpretación de los análisis planteados de las respectivas variables.
- El trabajo de campo es recomendable realizarlo en un tiempo no menos de tres meses ya que permita obtener el diagnóstico del fenómeno planteado.
- Se recomienda aplicar las ocho técnicas de investigación tanto cualitativas y cuantitativas que sean direccionadas no solo a un público profesional como periodistas sino también a usuarios de la red social Twitter relacionadas a la gestión de contenidos informativos en situación de relevancia nacional.
- Es importante recomendar a la unidad de observación la aplicación de los análisis expuestos en los resultados de este estudio ya que el aporte de la misma está orientada a los procesos comunicacionales de construcción y selección de contenidos informativos en twitter.
- Se recomienda los resultados de investigación para la realización de artículos científicos, tarea que se ofrece el autor y tutor del proyecto.

## Bibliografía

1. Alarcón, M. y Lorenzo C. (2012). Diferencias entre usuarios y no usuarios de redes sociales virtuales en la Web 2.0. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 9 (2), 31-49
2. Asamblea Nacional (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Ecuador.
3. Bordanave, J. (2012): *La Comunicación y el nuevo mundo posible*, de la *Revista Comunicación y Ciudadanía Digital*, vol. nº1.
4. Camizan, R. (2016). Tesis *Estudio de la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en la Dirección Administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Loja*, de la Universidad Nacional de Loja.
5. Campillo, C. (2012). *La gestión estratégica de la información municipal. Análisis de temas, su tratamiento e irrupción en el Ayuntamiento de Elche* En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 3.
6. Cardoso, G. (2011). *El nacimiento de la comunicación en red Más allá de Internet y de los medios de comunicación de masas* de la revista *Telos*, pp. 4/10
7. Casanueva, C. Caro, J. (2013) *La Academia Española de Comunicación: productividad científica frente a actividad social*, nº 41.
8. Castells, M. (2014). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. De la revista, *C@ mbio*, 19.
9. Corral, A., & Fernández, C. (2015). *Las agendas de lo araboislámico en twitter y el país. Índice*, 13.
10. Enrique, L. E. P., Alfonso, E. A. H., Rueda, D. T., & Guzmán, M. F. (2016). *El diseño de ofertas de información basado en la experiencia de usuarios. El caso del boletín Reportes de Información. Métodos de información*, 7(12), 89-116.
11. Escobar, L., Paredes, A. y Barroso, M. (2015). *Competencias del profesional de la información ante la evolución de las fuentes de información digitales. Accesbib: revista de bibliotecología y ciencias de la información*, 4(1), 53-66.
12. Fernández, J. (2016). *Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales. Logos: Revista De Lingüística, Filosofía Y Literatura*, 26(1), 51-63.
13. Fuentes, R. (2015): *la investigación de la comunicación en américa latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI*. De la *Revista Comunicación y Sociedad*, [S.I.], n. 36

14. Gandansegui, V. (2011). *mitos y realidades de las redes sociales Información y comunicación en la Sociedad de la Información* de la Revista Prismasocial, nº 6, pp. 5
15. García, J. (2015). *Comunicar en la sociedad red, teorías, modelos y prácticas*, Editorial UOC Rambla de Poblenou, 156,08018 Barcelona.
16. Garcia, M. (2014). *Haciendo visible lo invisible: visualización de la estructura de las relaciones en red en Twitter por medio del análisis de redes sociales* de la Revista El Profesional de la Información, v.3, pp.249
17. García-Holgado, A., & García-Peñalvo, F. J. (2015). *Estudio sobre la Evolución de las Soluciones Tecnológicas para Dar Soporte a la Gestión de la Información*. Salamanca, *Technical Report GRIAL-TR-2015-001*. Doi, 10.
18. Gómez, C. (2011): *Identización: la construcción discursiva del individuo*. Revista *Arte, Individuo y Sociedad*, 24(1), 21-37
19. Haro, C. (2016) *La comunicación como un derecho humano en la calidad de protección del derecho a la información en ecuador a partir de la normativa nacional e internacional en el último lustro* Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de magíster en ciencias internacionales y diplomacia, Universidad de Guayaquil.
20. Hernández Serrano, M.J. y Fuentes Agustí, M. (2011). *Aprender a informarse en la red: ¿son los estudiantes eficientes buscando y seleccionando información?* de la Revista *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 12, nº 1, pp. 47-78.
21. Kuri, E. (2013): *Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica*. Revista *Sociológica* No.8, pp. 69-98
22. Landázuri Rivadeneira, D. S. (2012). *Estrategias de comunicación para la secretaría nacional de gestión de riesgos a fin de disminuir el impacto en caso de que haya un sismo que afecte al área de Quito urbano* (Bachelor's thesis, QUITO/UIDE/2012).
23. Llorens Largo, F. (2014). *Campus virtuales: de gestores de contenidos a gestores de metodologías*. RED, Revista de Educación a Distancia. Número 42.
24. Lozares, C. Roldan, P. (2012). Artículo *El Atributismo Estructural y el Interaccionismo Estructural en Ciencias Sociales: ¿concepciones alternativas, antagónicas o complementarias?* De la Revista *Metodologías de Encuestas*, Vol. 14, 2012, 25-44

25. M Martín Serrano, O Velarde Hermida (2015): *La mediación comunicativa de las identidades individuales y colectivas*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 552 a 565
26. Martínez, R. (2016). Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: Licenciado en Comunicación Social, *Medios impresos y aproximaciones al medio digital*, de la *Universidad Politécnica Salesiana sede en Quito*.
27. Meza, J. (2013) *¿Cómo brindar servicios de Diseminación Selectiva de la Información (D.S.I.) a través de las Plataformas de Aprendizaje Virtuales (P.A.V.)?: una propuesta de convergencia de sistemas* de la *Revista E-Ciencias de la Información*, Vol. 3, nº 2, ensayo 2.
28. Monroy, V. (2014). *Construyendo la Vida Social*, de la *Revista Ecos Sociales*, nº 5
29. Nabel, L. (2014). *El poder de las redes sociales: la “mano invisible” del framing noticioso*. El caso de #LadyProfeco, *Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 12(2), 318-337.
30. Ponjuán, D. (2011). La gestión de información y sus modelos representativos. *Valoraciones Ciencias de la Información*, vol. 42, núm. 2, mayo-agosto, 2011, pp. 11-17.
31. Pons, X. (2010). *La aportación a la psicología social del interaccionismo simbólico: una revisión histórica* de la *Revista eduPsykhé*, Vol. 9, No. 1, 23-41
32. Puertas, r., Cadme, e. y Álvarez, a. (2015). *Gestión estratégica de la comunicación digital en la empresa ecuatoriana. Perspectiva comparada con la realidad Europea*. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. V, Nº 9, 05-26.
33. Restrepo, M. (2013) *Uso de Medios digitales en la Gestión de la Reputación Corporativa: Diálogo con públicos de interés y dimensiones de percepción en Webs, Blogs, Facebook y Twitter* trabajo de Masterado, pp. 4.
34. Rizo, M. (2014). *Comunicación interpersonal y Comunicación intersubjetiva. Algunas claves teóricas y conceptuales para su comprensión* de la *Revista Disertaciones*, Vol. 7, No. 2
35. Rosell León, Y. (2011). *Sistemas gestores de contenidos: una mirada desde las ciencias de la información*. *ACIMED*, 22(1), 3-17.
36. Sanchez, M., & Pinochet, G. (2016). *El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos*. *Revista Universidad & Empresa*, 19(32), 107-135.
37. Secretaría General Jurídica (2014). *Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación*, Quito, Ecuador.
38. Seidmann, S. (2015). *Identidad personal y subjetividad social: educación y constitución subjetiva*. *Revista, Cadernos de Pesquisa*, 45(156), 344-357.

39. Serrano, M. (2014): *Cuando la ciencia de la comunicación está implicada en la existencia del presente y la construcción del futuro*, de la Revista Digital *Contratexto* nº 22
40. Túñez, L. Valarezo, K. Marín, I. (2014). *Impacto de la investigación y de los investigadores en comunicación en Latinoamérica: el índice h de las revistas científicas*. Revista *Palabra Clave*, 17(3), 895-919.
41. Uribe, M. (2014): *La vida cotidiana como espacio de construcción social*. Revista *Procesos Históricos: Historia y Ciencias Sociales*, Nº 25.

## Referencias Complementarias

1. Aguilar, M. (2012). Aprendizaje y Tecnologías de Información y Comunicación: Hacia nuevos escenarios educativos. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 10 (2)
2. Campos, A. Saperas, E. (2013) *documento las teorías de la comunicación hoy: contexto histórico, cambios tecnológicos y nuevo estatuto epistemológico de la investigación comunicativa*, Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación.
3. En el URL consultado en línea el 18/7/16.
4. Salazar, M. Sepúlveda, R. (2011). *Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social*, Vol. nº 31
5. Servaes, J. Malikhao, P. (2013) *¿El nuevo paradigma?* Revista Comunicación Participativa, Vol. nº 4
6. Tamayo, O. Et. Al (2010) Documento *La clase multimodal Formación y evolución de conceptos científicos a través del uso de tecnologías de la información y la comunicación*, proyecto número 1219–11–17061.

## APÉNDICE

### Apéndice 1. Certificado de la unidad de observación



**UNIÓN NACIONAL DE PERIODISTAS**  
**NÚCLEO DEL GUAYAS**

---

Guayaquil Marzo 2 del 2017

**A QUIEN INTERESE**

Por medio del presente documento **CERTIFICO** que el estudiante **JOSE FRANCISCO CHAUCA TOALA** del octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, ha realizado su trabajo de campo investigativo, iniciado el 11 de enero y culminó el 13 de febrero del 2017, cuyo tema es *“Análisis de la red social Twitter como elemento de interaccionismo simbólico y gestión de información en personas de 18 a 30 años de la ciudad de Guayaquil, caso terremoto Ecuador abril 2016.”*

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

  
Lic. Juan Centurión Onofre  
Presidente de la Unión de Periodistas del Guayas



---

Manuel Luzurraga 229 y Rocafuerte Teléfonos: 2-566504  
E-mail: unguayas@gmail.com  
Guayaquil – Ecuador

**Apéndice 2. Aval académico**



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL FACSO

Guayaquil, 1 de Septiembre de 2016

Msc.

Julio Armanza Astudillo

Director de la Carrera de Comunicación Social

De mis consideraciones:

Yo, **José Francisco Chauca Toala** con cedula de identidad **0941662025** estudiante de la carrera de Comunicación Social del paralelo 7 a 1 solicito a Usted reciba mi diseño de anteproyecto del trabajo de titulación con el tema **análisis de la red social twitter como elemento de interaccionismo simbólico en gestión de información en personas de 20 a 30 años de edad en Guayaquil caso terremoto ecuador abril 2016.**

Con línea de investigación **Comunicación Y Nuevas Tecnologías.**

De la misma manera solicito se me otorgue una respuesta previo al inicio de clases semestral 2016 -2017 CII

Por la atención que se sirva dar a la presente quedo de usted agradecido

Atentamente

CI: 0941662025

Correo: [josefrancisco-95@hotmail.com](mailto:josefrancisco-95@hotmail.com)





FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
FCS\_Comunicacion@ug.edu.ec

Guayaquil 31 de enero del 2017

**Estimado**  
**LCDO. Juan Centurión**  
**Presidente de la Unión Nacional de Periodistas- Núcleo del Guayas.**  
Presente.-  
De mis consideraciones:

Con un cordial Saludo, informa a usted que el Sr. CHAUCA TOALA JOSÉ, estudiante de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil del Octavo Semestre paralelo A1, se encuentra realizando una investigación cuyo temas es: *"Análisis de la red social Twitter como de elemento de interaccionismo simbólico y gestión de información en personas de 20 a 30 años de edad en la ciudad de Guayaquil, Caso: Terremoto Ecuador abril 2016."*, a cargo del MSc. Tomas Rodríguez C.

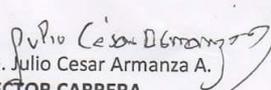
Por lo anterior expuesto solicito de manera acomedida su autorización para que el estudiante realice las siguientes actividades investigativas:

- Acceso a desarrollar técnicas de investigación como: encuestas, entrevistas, dirigidas hacia los periodistas.
- Acceso a fuentes de información con respecto a la población a estudiar.

Por tal motivo, informo a Ud., que la presente investigación se realiza con el propósito de fortalecer y potencializar el ejercicio periodístico

Agradeciendo de antemano, la atención que dé a la presente, aprovecho para expresar mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente;

  
Lcdo. Julio Cesar Armanza A.  
DIRECTOR CARRERA



## Apéndice 4. Fotografías





**Apéndice 5. Cuaderno de trabajo**

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados  
INDICADOR: perspectiva individualista  
TÉCNICA CUANTITATIVA: escala de Thurstone

( ) La sociedad como ente colectivo de las relaciones y acciones humanas responden a la comprensión y percepción de los significados.

( ) Las estructuras sociales son generadas a partir del proceso de perspectiva individual en las prácticas sociales mas no de un colectivo social.

( ) Las perspectiva individualista es la base de la percepción de los significados junto al colectivo que generan una estructura social.

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados

INDICADOR: perspectiva individualista  
TÉCNICA CUALITATIVA: inserción de texto

En el Artículo *el impacto de internet en la sociedad una perspectiva global*, se expone.

[...] “Pero individualización no significa aislamiento ni, por supuesto, el fin de la comunidad. La sociabilidad se reconstruye en forma de individualismo y comunidad en red a través de la búsqueda de personas afines, en un proceso que combina interacción virtual (online) con interacción real (offline), ciberespacio con espacio físico y local” (Castells, 2014, 11)

¿A partir del texto citado como relaciona al proceso de individualización con la participación del sujeto en el ciberespacio?

-----  
-----  
-----

VARIABLE: interaccionismo simbólico

DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados  
INDICADOR: elementos de percepción en redes sociales  
TÉCNICA CUANTITATIVA: encuesta

¿Usted considera que los elementos que permiten la percepción de información en twitter son viables para la construcción de contenidos informativos?

SI

NO

¿Está usted de acuerdo en que las herramientas de búsqueda de información en Twitter otorguen como resultado múltiples contenidos de diversas fuentes oficiales y no oficiales?

SI

NO

VARIABLE: interaccionismo simbólico

DIMENSIÓN: construcción selectiva de significados  
INDICADOR: elementos de percepción en redes sociales  
TÉCNICA CUALITATIVA: situación ideal

La percepción de contenidos informativos en redes sociales adquieren validez cuando provienen de \_\_\_\_\_

---

Los procesos de recepción de información en internet establecen herramientas de información cuando \_\_\_\_\_

---

VARIABLE: interaccionismo simbólico  
DIMENSIÓN: estructura social  
INDICADOR: recepción y acción comunicativa  
TÉCNICA CUANTITATIVA: escala numérica

¿Está usted de acuerdo en que la estructura social dentro de un contexto informativo se genere mediante procesos comunicativos solo entre emisor y receptor?

Totalmente de acuerdo      (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10)

En desacuerdo totalmente      (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10)

¿Está usted de acuerdo en que la acción y recepción comunicativa favorezca la interacción solo en la práctica social más no en la práctica virtual?

Totalmente de acuerdo      (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10)

En desacuerdo totalmente      (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10)