



**UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

**DIPLOMADO SUPERIOR EN COMUNICACIÓN PARA EL  
DESARROLLO**

**USO DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN DE LA AGENCIA DE COMUNICACIÓN  
DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES (ACNNA)**

Tesina de Grado previa la obtención  
del título de Diplomado Superior en  
Comunicación para el Desarrollo

**Autores:**

Lic. Cristina Elizabeth Freire

Lic. Fabricio Egas Mendoza

**Directora:**

Ing. Rosario Johanna Puertas Hidalgo

**Centro Universitario Guayaquil**

**ECUADOR**

2010

Ing. Rosario Johanna Puertas Hidalgo  
DIRECTORA DE LA TESINA

**CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación realizado por los estudiantes: Cristina Elizabeth Freire Salazar y Fabricio Gustavo Egas Mendoza, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, ajustándose a las normas establecidas por la Universidad Técnica Particular de Loja; por lo que autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Loja, noviembre de 2010

Rosario Puertas Hidalgo  
CI.: 1102853783

## **AUTORÍA**

Nosotros Cristina Elizabeth Freire Salazar y Fabricio Gustavo Egas Mendoza como autores de ésta tesina nos comprometemos a responder por todo lo expuesto aquí en éste trabajo de investigación, de forma oportuna, responsable y debida según se requiera en cada caso. De igual manera, somos responsables de las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en la misma.

Cristina Elizabeth Freire Salazar  
C.I. 0923288658

Fabricio Gustavo Egas Mendoza  
C.I. 09918555640

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo Cristina Elizabeth Freire Salazar declaro conocer y aceptar la disposición del Art.67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Cristina Elizabeth Freire Salazar

Cl.: 0923288658

Yo Fabricio Gustavo Egas Mendoza declaro conocer y aceptar la disposición del Art.67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Fabricio Gustavo Egas Mendoza

Cl.: 09918555640

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos primeramente a DIOS por poder gozar del privilegio de estar con vida y la sabiduría necesaria para desarrollar ésta tesina. Seguido a nuestros padres porque nos han dejado la mejor herencia que es el estudio, esforzándose día a día por hacer de nosotros personas de bien y éxito. Junto a ellos, agradecer a nuestras familias por apoyarnos de una u otra forma a lo largo del camino del estudio de éste Diplomado y en el realización de éste trabajo investigativo. Por otra parte no podemos dejar de ser agradecidos con ACNNA por concedernos toda la información oportuna y respectiva sobre las actividades, eventos y lo concerniente a su organización y el trabajo desempeñado por ellos en beneficio de los niños, niñas y adolescentes del país, resaltando su loable y plausible labor ejecutada desde su creación. Finalmente agradecer a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirnos desarrollar nuestras habilidades y ampliar nuestros conocimientos mediante éste Diplomado y posteriormente plasmar lo aprendido en ésta tesina.

Los autores.

## **DEDICATORIA**

Dedicamos ésta tesina en especial manera a nuestros padres y familiares porque son nuestros ejemplos a seguir en la meta por estudiar y prepararnos cada día más en la vida, procurando alcanzar los objetivos trazados.

Asimismo reiterarles nuestro agradecimiento por todo el respaldo brindado en cada ámbito de nuestras existencias, desde que éramos pequeños hasta la actualidad en que ya somos todos unos profesionales.

Los autores.

## VII

### ÍNDICE DE CONTENIDOS

Certificación del director.....	II
Autoría.....	III
Cesión de Derechos.....	IV
Agradecimientos.....	V
Dedicatoria.....	VI
Introducción.....	1
Resumen.....	3

#### **CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO: IMPORTANCIA DE LAS TIC'S COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES DE ECUADOR.**

Las herramientas digitales en el desarrollo de las organizaciones sociales....	4
Uso de las TIC's en las organizaciones sociales.....	5
Situación actual de las TIC's en el país.....	10

#### **CAPÍTULO II: ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN A INVESTIGAR**

Antecedentes.....	12
La Agencia: el proyecto para la niñez y adolescencia.....	16
La historia de la Agencia.....	18
La comunicación en la Agencia.....	28

#### **CAPÍTULO III: USO DE LAS TIC'S EN ACNNA**

Manejo de la comunicación en la Agencia.....	34
Herramientas Web 2.0 utilizadas por la organización.....	37
Tipo de contenidos difundidos a través de herramientas Web 2.0.....	40
Estrategias de TIC's en comunicación que han resultado exitosas para la organización.....	41

#### **CAPÍTULO IV: PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC'S**

<b>EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN</b>	
Resultados de la investigación.....	43
Expectativas de trabajo de las TIC´s vs resultados obtenidos.....	44
Situación del uso de las TIC´s.....	45
Conclusiones de la investigación.....	47
Recomendaciones para el uso efectivo de las TIC.....	49
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>54</b>



## INTRODUCCIÓN

En el contexto de la sociedad mediática, se vuelve indispensable el valor que las empresas u organizaciones sociales le dan al concepto de comunicación, en la medida, en que este proceso comunicativo devuelve la posibilidad de generar la retroalimentación o interactividad entre los receptores. Probablemente la novedad de estos medios, aún provoca recelos a diversos responsables de la comunicación, tanto interna como externa y por eso prefieren continuar invirtiendo en aquellos soportes que ya conocen.

Algunas empresas temen incluir sus anuncios en blogs, Twitter o Facebook por temor a que en las mismas bitácoras en las que aparecen sus anuncios se critiquen sus productos o servicios. Pero, es el mismo riesgo que corren al publicitarse en los medios tradicionales. Por otro lado, algunas ONG's aprovechan la red social como altavoz multiplicador de sus mensajes. Algunos consiguen "movilizar" centenares de miles de personas en muy poco tiempo.

Sin duda alguna, las redes sociales han permitido que muchas organizaciones e instituciones difundan sus labores o actividades a través de la Web. En el instante que visitamos una página Web de alguna organización estamos buscando información de nuestro interés, pero muchas veces lo que encontramos son sitios aburridos, con textos largos, que no responden a las diferentes necesidades de los cibernautas. Es vital considerar estos espacios en toda estrategia de comunicación.

En el presente trabajo de investigación se analiza el uso de las herramientas Web 2.0 en la Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes (ACNNA) durante los meses de enero a julio para conocer la forma en que dicha organización se ha adaptado al uso de las TIC's, además de las estrategias de comunicación interna y externa que utilizan e identificar las que generan mayor eficacia para la organización.

En el presente trabajo de investigación, el capítulo I menciona desde el punto de nacimiento del internet y sus avances y aportes a la modernidad, conforme fueron pasando los años hasta la actualidad en que la mayor parte de la población hace uso diario y constante de las redes sociales y herramientas Web sofisticadas que años atrás quizá ni siquiera se pensaba que podrían ser generadoras de tantas ventajas para acercar al mundo y sus diferentes individuos en un mundo tan globalizado como el actual.

Luego en el capítulo II nos enfocamos a conocer acerca de la Agencia de Comunicación de Niños, Niñas y Adolescentes (ACNNA), que tienen como objetivo generar espacios de discusión en torno a los derechos de los infantes y jóvenes y la imagen que se tiene y proyecta de ellos en los medios de comunicación y sus diferentes noticias y reportajes emitidos.

Así mismo, el capítulo III analizamos el uso que ACNNA le da a las redes sociales, su manera de interactuar con estas herramientas y la forma como la consideran no sólo para difundir noticias, sino como generadoras de respuestas y hasta conflictos y soluciones a una temática determinada a través del uso de los ciber-géneros como chats, foros, etc

Y por último, el capítulo IV nos encontraremos con los resultados de este trabajo de análisis, y podremos darnos cuenta el uso o no de estas herramientas dentro de la Agencia, para terminar con las conclusiones y recomendaciones para la utilización de estas nuevas tecnologías para mejorar la comunicación de la ACNNA.

## RESUMEN

El uso de las TIC's en la actualidad es vital en las estrategias de comunicación de las empresas u organizaciones. La interactividad y las diferentes formas de retroalimentación abarcan un mayor número de personas que usualmente no se podría obtener por las comunicaciones tradicionales. En las organizaciones no gubernamentales es muy común la utilización de estas herramientas digitales denominadas Web 2.0 lo que permite compartir diferentes actividades a través de mensajes, notas, fotografías, videos, enlaces, etc, es en este momento, donde se vuelve necesario conocer la forma en que Ecuador utiliza estas herramientas para mejorar la comunicación.

Para ello, nosotros como egresados del diplomado en Comunicación para el Desarrollo estamos realizando la Tesina denominada "Uso de tecnologías de información y comunicación de las organizaciones ecuatorianas", que tiene como objetivo principal conocer el tratamiento que se da a las TIC"s (Tecnologías de información y comunicación) en las estrategias de comunicación de las organizaciones ecuatorianas durante el periodo enero-julio 2010, lo que permite identificar las diversas herramientas tecnológicas, informáticas y virtuales que han seleccionado las organizaciones del país para hacer comunicación interna y externa, además de ello se logrará determinar la frecuencia en su uso, el enfoque de las mismas y el tipo de contenidos que se difunde a través de las TIC"s.

Para la realización de esta investigación se ha seleccionado una organización, La Agencia de Comunicación de Niños, Niñas y Adolescentes (ACNNA). En los capítulos de esta investigación se abordará como la Agencia maneja la comunicación a través de las TIC's, la utilización de estas herramientas en sus planes de difusión, su incidencia, la redes sociales de mayor impacto, y más que todo la forma o el uso que les dan para la comunicación de la organización.

# **CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO**

## **IMPORTANCIA DE LAS TIC'S COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES DE ECUADOR.**

### **1.1. LAS HERRAMIENTAS DIGITALES EN EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES**

Desde el nacimiento del Internet, el mundo entero y sus habitantes conocieron un nuevo concepto en comunicación global, del cual fueron y siguen siendo partícipes; aunque de forma inequitativa, pues todavía existe un gran porcentaje de la población que aún no tiene acceso a las nuevas tecnologías o han hecho uso de éstas pero de forma muy esporádica.

Conforme fueron avanzando las redes tecnológicas y la Web siguió expandiéndose, se abrió una nueva puerta que revolucionó la era digital, en el siglo XXI: las redes sociales como Hi5, Facebook, Twitter, My Space, entre otras.

Con éstas modernas herramientas los seres humanos, con tan sólo un click, podían acceder a valiosa e importante información o simplemente hacer amigos de distintas razas, etnias, estatus y nacionalidades. Aquí la globalización significa hacer algo universal. El poder concienciador de Internet puede jugar un papel muy importante. Sus armas: su capacidad de difusión inmediata y la innegable creatividad humana, puesta al alcance de casi todo el planeta por medio de una conexión, un ordenador, un ratón y un teclado. Afianzando así su interrelación con el resto del mundo, vertiendo opiniones, intercambiando comentarios de toda índole y contenido, desde escrito hasta visual.

Entre estas nuevas alternativas de comunicación podemos encontrar diferentes opciones que se constituyen en verdaderas innovaciones que se les denominan tecnologías de la información y de la comunicación, las TIC's.

Las mismas que son vistas como nuevos mecanismos para conseguir nuevas formas de actividad económica, social o cultural (comercio electrónico, educación a distancia, etc.). De igual manera estas herramientas pueden ser vistas como nuevas formas de organización social (por ejemplo, en ámbitos laborales, institucionales, educativos o incluso por lo que respecta a nuevas formas de relación social, como es el caso de las comunidades virtuales).

Las TIC's son parte de un cambio de paradigma, un factor de innovación y por lo tanto un campo de oportunidades para los profesionales y voluntarios de la sociedad civil, especialmente quienes tienen roles de dirección. La agenda de los dirigentes y gerentes de las organizaciones incluyen asuntos tales como: participación de los miembros, relacionamiento con el Estado, financiamiento, desarrollo de la capacidad institucional, posicionamiento y capacidad de incidencia pública, formación de cuadros.

Es aquí cuando las redes sociales y su utilización dan un giro trascendental para el desarrollo no sólo individual, sino colectivo, a través de instituciones privadas y públicas que son las encargadas de fortalecer y entablar todo ese proceso de comunicación con las personas.

Las ONG's empiezan a hacer uso de las TIC's como una importante herramienta de trabajo para alcanzar una mayor cobertura entre sus usuarios, dar a conocer sus actividades, labor desarrollada, eventos, agenda de trabajo, entre otros temas capaces de generar debates entre los internautas. De ésta forma es más ágil y fácil compartir y articular propuestas, proyectos de forma más responsable y solidaria.

## **1.2. USO DE LAS TIC'S EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES.**

El trabajo en red genera también una manera de pensar y vivir en red, donde se conectan espacio y tiempo diversos. Ya no hay procesos lineales de pensamiento, de causa efecto, sino cada vez más hibridaciones, circuitos que

se realimentan. La comunicación se vuelve central para sostener las interacciones, los flujos de información, la creación de entornos facilitadores de la participación, los nuevos lenguajes y la aceleración de los ritmos de todos los procesos. La tecnología ofrece plataformas para la creación de comunidades (Facebook, Ning, Elgg, etc.), salas de reuniones y conferencias virtuales, uso de la telefonía por IP (skype), videos que podemos capturar desde cualquier celular y publicar en Youtube, escritorios remotos (LogMeIn), documentos en línea como Google Docs que hacen posible el trabajo colaborativo en tiempo real para redactar informes o diseñar proyectos<sup>1</sup>.

En este contexto el uso de las TIC's en las ONG's es todavía un fenómeno en crecimiento, pero en otros caso el uso de blogs, recursos RSS, participación y difusión a través de las redes sociales, son poco utilizadas por las organizaciones sociales. "Hoy en día no es posible estudiar las innovaciones tecnológicas y organizacionales en el campo de los medios sin analizar los procesos económicos, las formas de reestructuración y ordenamiento del territorio e incluso los procesos de modificación, desplazamiento y asimilación simbólica que se producen en el campo de la cultura y de las representaciones sociales<sup>2</sup>."

Normalmente cualquier organización tiene que estar en Internet por razones de identidad: dar a conocer su existencia y mostrar cierta capacidad para actuar en todos los frentes. Las que descubren el potencial de las TIC's comienzan a utilizarlas para dar a conocer sus campañas y comunicarse normalmente unidireccionalmente con sus asociados.

La limitada utilización de éstas herramientas en las ONG's puede responder a una relación de excesiva dependencia de la financiación pública, aquí el principal inconveniente es el que marca la pauta de lo que hay que hacer y

---

<sup>1</sup> Blasco M. Blog (2010) Organizaciones Sociales y TIC's: retos y oportunidades, Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web <http://miguelblasco.blogspot.com/2010/08/organizaciones-sociales-y-tic-retos-y.html>

<sup>2</sup> SIERRA C., F. (2010) Guía Comunicación y Desarrollo (página 14) Editorial UTPL

es el que hay que satisfacer, y los financiadores públicos no establecen las TIC's como criterio diferenciador para apoyar proyectos ni acciones.

Además no sólo debe ser la información y publicidad la que debe primar a la hora de utilizar Internet por parte de las ONG's, se debería convertir en un instrumento para hacer participar y potenciar la colaboración con asociados y voluntariado. Las Organizaciones Sociales difícilmente encuentran personal que actualice y haga de la presencia en Internet un instrumento para el desarrollo de objetivos estratégicos. Por ello también deben dejarse ayudar por consultorías especializadas con sensibilidad social, deben promover que las personas estén dispuestas a colaborar gratuitamente en el desarrollo informático de la Web y también deben apoyar plataformas de ONG's que a su vez ayuden a desarrollar las capacidades de las TIC's. Además es necesario realizar una evaluación periódica de su eficacia y comprobar si a los receptores del mensaje lo reciben realmente, en qué medida y qué quieren ellos decirnos.

En éste transcurso de la utilización de las TIC's surge una nueva forma de hacer contacto con las personas, a través del Voluntariado 2.0 como nuevos modelos de organización sin intermediarios. El desarrollo presupone diálogo, porque no puede haber desarrollo en condiciones de silencio. Es vital disponer de canales horizontales de información que faciliten el acceso en la toma de decisiones a los distintos grupos sociales que conforman la comunidad.

Y es que hasta hace poco colaborar con una ONG's consistía en dar dinero u ofrecer gran parte del tiempo en proyectos solidarios, pero a través de la red están surgiendo iniciativas que amplían las posibilidades de ayudar, contribuyendo con conocimientos, con pequeñas acciones o micropagos. Proyectos donde la colaboración de las masas sustituye a las grandes financiaciones, que suponen una alternativa al modelo de las ONG's tradicionales. Por ejemplo, microvoluntarios.org propone tareas de alrededor de una hora como traducir parte de un documento de una ONG diseñar la

cabecera de una página Web, o mandar unos cuantos mails para difundir un acto solidario.

Existen incluso iniciativas para colaborar desde el móvil como The Extraordinaries, una plataforma que ofrece posibles tareas para los ratos muertos: ayudar a una persona inmigrante a mejorar su idioma, grabar en audio el texto de una Web o documentar con fotos el mal estado de la vía pública. A través de Internet, surge un nuevo modelo de organización solidaria que consiste en conectar a personas o pequeños proyectos que necesitan colaboradores con ciudadanos voluntarios, e incluso abre la puerta a la eliminación de intermediarios, como pasa en la creación de grupos a través de Facebook o la organización de acciones solidarias vía Twitter.

De ésta forma, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han desempeñado un papel importante para conseguir que la voz de las organizaciones no gubernamentales sea realmente difundida y escuchada por los ciudadanos y los gobiernos a todo nivel, nacional e internacional.

El impacto de dichas redes es de enorme importancia, ya que puede permitirles unir sus fuerzas para aumentar su influencia en la sociedad, volviéndola más partícipe y capaz de generar respuestas y sugerencias en el planteamiento de campañas y proyectos que vayan en beneficio colectivo; promulgando el desarrollo social.

Así es importante potencializar el uso de las TIC´s a nivel local y mundial, ya que gracias a ellas ha aumentado la capacidad de las ONG´s para movilizar información estratégicamente, contribuyendo a crear nuevas cuestiones, a persuadir, a presionar y a ganar influencia entre las masas, hoy potencialmente activas y promotoras de la evolución de su propio entorno.

En referencia a los movimientos sociales, lo tecnológico desempeña un papel crucial, podremos reformular las implicaciones de la adopción de



tecnologías, así como algunas de las definiciones que atañen a las particularidades y características propias de estas organizaciones.

De este modo, debido a las condiciones de posibilidad surgidas como consecuencia de la mediación tecnológica de nuestras sociedades, los movimientos sociales llevan a cabo una regeneración de las temáticas que constituyen el objeto mismo de la lucha política. Por su parte, tal regeneración exige que se involucren en un ejercicio constante que aspira a ejercer efectos globales desde actividades locales, ejercicio en el que, como veremos, el papel de la tecnología es decisivo.

Podemos decir que pasamos de la política a la cosmopolítica. Es decir, gracias a la participación de las TIC's en la organización de la acción colectiva, pasamos a practicar y a definir la política, y lo político, de otro modo. La denominada cosmopolítica actual es posible gracias a la presencia de estas tecnologías, que permiten reunir actores muy diversos -incluso ontológicamente- en un mismo escenario, precario y global, donde el intercambio de propiedades, la negociación y las alianzas, por ejemplo entre humanos y no humanos, es moneda común<sup>3</sup>.

Pero en estas razones a menudo nos olvidamos de la mediación tecnológica y de su poder para conformar colectividades y ordenamientos particulares. Las tecnologías de la información y de la comunicación han transformado la práctica, la organización y el discurso de los movimientos sociales contemporáneos. No sólo instrumentalmente, ni organizacionalmente, sino más profundamente, con lo que han proporcionado nuevos modos de relación y de comunicación, que permiten la gestión de conocimientos, la creación de comunidades y el intercambio de significados en otro tipo de relaciones.

---

<sup>3</sup> UOC (2002) Universitat Obertade Catalunya. El efecto de las TIC's en la organización de la acción colectiva: la virtualización de los movimientos sociales (2002). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web <http://www.uoc.edu/Web/esp/art/uoc/irodriguez0602/irodriguez0602.html#2>

La comunicación, por otra parte, es una forma de construcción de la comunidad: la información codifica y da forma a la realidad, según hemos visto. Si la educación forma, la comunicación informa. La comunicación puede formar, y la educación transformar. En definitiva, la comunicación y la educación forman parte de un mismo proceso que debe ser rearticulado desde el punto de vista del desarrollo cultural para promover valores positivos de integración, igualdad y solidaridad social, siendo en todo momento conscientes que no cualquier campaña de formación y sensibilización a través de los medios, por el hecho de ser planificada pedagógicamente, garantiza una cultura solidaria integral<sup>4</sup>.

### **1.3. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS TIC'S EN EL PAÍS**

En un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos- INEC revela que el 41% de los ecuatorianos ha ocupado computadoras alguna vez en su vida, 51% del área urbana y 20,9% de la rural<sup>5</sup>. Lo que demuestra que el uso de las nuevas herramientas tecnológicas no está completamente al alcance de todos, pero con los avances tecnológicos y el acceso a herramientas digitales estos datos pueden ir cambiando en un futuro no muy lejano. En la misma encuesta se señala que el 45,5% de las veces, se conectan para actividades de educación y aprendizaje. Mientras que el 7,3% lo hace por razones de trabajo. Así el 40,1% utiliza la Internet por lo menos una vez a la semana, mientras el 37,3% lo hace una vez al día.

El porcentaje que participa más de las TIC's se empiezan ver un cambio en la participación, ya que tienen multitud de nuevas herramientas para participar individualmente o en conjunto. Es un cambio de cultura y de hábitos cotidianos, un cambio en la manera de relacionarse y de observar el mundo que les rodea.

---

<sup>4</sup> SIERRA C., F. (2010) Guía Comunicación y Desarrollo (página 174) Editorial UTPL

<sup>5</sup> INEC (2008) Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC's realizada por el INEC. Extraído el 2 de octubre del 2010 de la Web [www.inec.gov.ec/c/document\\_library/get\\_file?folderId](http://www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId)

Hay que reconocer que hace 30 o 20 años la información se mantenía concentrada en pocos lugares inaccesibles, hoy por medio de Internet es posible acceder a ella, por lo que positivamente el Internet "democratizó" el acceso a la información.

En la actualidad, los movimientos sociales han pasado de ser interpretados como organizaciones estables en torno a identidades claras y fijas, apegados a situaciones estructurales o emergentes de ellas, a ser vistos como movimientos en red, articulados sobre la base de coaliciones que se constituyen en torno a valores y proyectos que pueden ser, incluso, rápidamente perecederos.

Internet, sin duda alguna, ha contribuido a modificar algunas de las mentadas nociones sobre los movimientos sociales. La mayor parte de movimientos sociales utilizan Internet como una forma privilegiada de acción y de organización. Es, de hecho, el medio que últimamente viene siendo más privilegiado. Podemos decir, pues, que actualmente Internet es la estructura organizativa, el medio, el instrumento de comunicación, la tecnología suficiente que permite nuevos desarrollos para la acción colectiva. Actualmente los movimientos dependen en gran parte de la capacidad, disposición y composición de la comunicación, de la capacidad, así pues, de aglutinar apoyos, de difundir y transmitir sus ideas, acciones, movilizaciones, etc., e Internet constituye un eje fundamental para la consolidación y posibilidad de este tipo de acciones y organizaciones.

## CAPÍTULO II

### ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN A INVESTIGAR

#### 2.1. ANTECEDENTES

Según el último monitoreo de medios, realizado en once medios impresos y cuatro televisivos, por ACNNA en el 2007, existen tres formas de transgresión de derechos en los que incurren los medios de comunicación: uso del lenguaje, tratamiento de la imagen y victimización (cuando entrevistan al sujeto que ha sido vulnerado). En el primer caso, en el 37.22% de las noticias revisadas ubicaron a los niños y adolescentes como beneficiarios de algún programa, “es decir que los ven como sujetos que reciben dádivas de las instituciones públicas y privadas”. Y esto se complementa con el plano general (67.24%) que utilizan para graficarlas. Mientras que en un 26.65% los colocan como víctimas a través del uso de palabras y términos peyorativos que los minimizan. Y en un 26.04% de las noticias, el testimonio de los niños o adolescentes es el eje central del discurso.

En lo referente al contexto general de la niñez y adolescencia datos revisados en la página Web del INEC<sup>6</sup> demuestran que el 35% de la población ecuatoriana son niños, niñas y adolescentes. Cada día 18 niños y niñas mueren antes de cumplir cinco años; cada mes, 560; cada año, 6.700.860.000 niños y niñas crecen en una cultura de castigo físicos; 345.199 sufren de desnutrición; 57.000 en edad preescolar no asisten al primer año de Educación Básica. Entre la población adolescente, cada año 12.000 son madres; 500 mueren por causas violentas; 250 se suicidan, y por cada chico o chica que se quitan la vida, 40 lo intentaron.

Con estas cifras alarmantes ¿Cuál ha sido la participación de los medios de comunicación? las exigencias del mercado, la inmediatez de la tarea periodística, la falta de fuentes y de información, han llevado a presentar a la

---

<sup>6</sup> INEC (2010) Instituto Nacional de Estadística y Censo. Extraído el 2 de octubre del 2010 de la Web [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

niña, niño o adolescente como un producto para el rating o medición de la aceptación entre el público observador. Desde la corresponsabilidad social de los medios de comunicación, en la práctica, poco o nada han contribuido para modificar el papel de la ciudadanía en cuanto; a la promoción, vigilancia de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

La situación en Ecuador y en general, con respecto a cómo son tratados los temas de la niñez y adolescencia por los medios de comunicación en el Ecuador no ha sido suficientemente documentada por la prensa; pero tampoco los organismos estatales y los no gubernamentales han logrado exponer la verdadera dimensión del problema. Los asuntos políticos y económicos parecen copar la agenda de los medios de comunicación.

Ecuador fue uno de los países pioneros en establecer, definir y suscribir acuerdos, documentos que aseguren el ejercicio ciudadano de la niñez y la adolescencia, entendiendo como ejercicio de sus derechos de supervivencia, de desarrollo, de protección, de participación, de sus deberes y responsabilidades. Pero al analizar la inclusión de los niños, niñas y adolescentes en la agenda noticiosa de la prensa, se devela la percepción segmentada con que se mira a estos sujetos de derechos, no solo en los medios sino en la misma sociedad.

El reducido espacio asignado a hechos y problemáticas de la niñez y adolescencia descubre una cultura poco allegada al discurso de los derechos humanos; deja a la vista las concepciones conservadoras e incongruentes con el enfoque de los derechos; pero, a la vez, pone en evidencia el poco interés de los actores sociales por desarrollar mecanismos de articulación con los medios, tendientes a la incorporación de este enfoque.

Tratar a los actores y movimientos como redes permite hacer explícita la relación de éstos con un entorno espacial, político, económico, institucional concreto, que evidentemente desempeña un papel crucial en todo proceso de transformación social o de protesta. Y, sin duda, la noción de red y de

multiplicidad es especialmente útil en un contexto en el que los movimientos sociales contemporáneos se forman y tienen como objetivo contextos que traspasan los límites y fronteras nacionales que tradicionalmente habían dado cobijo a los movimientos sociales del siglo XX.

De este modo, y aunque se debe ser crítico con esta fijación y focalización en los aspectos novedosos de los mismos, esta perspectiva permite orientar las nuevas luchas y discusiones que sin duda están fraguando una nueva identidad pública, y que dan origen a nuevos espacios sociales entre los participantes de la acción colectiva. Con el objeto de comprender el modo en que los movimientos llevan a cabo esta función, resulta extremadamente importante referirse a las formas en que está organizada la sociedad. Ahí, en esa lógica que buscamos, desempeña un papel central la mediación tecnológica en las sociedades contemporáneas.

En este contexto, surge el proyecto de la Agencia de Comunicación de Niños, Niñas y Adolescentes - ACNNA, quienes en su informe del 2007 señalaron que Ecuador, muestra un bajísimo interés por generar noticias referentes a las niñas (os) y adolescentes, en sus ediciones regulares. En los diarios de mayor alcance en el país estos temas ocupan un promedio del 2.50% de las notas publicadas.

En el artículo El efecto de las TIC's en la organización colectiva se cita a Melucci<sup>7</sup>, quien intenta descifrar precisamente estos códigos y rituales de protesta que tienen lugar hoy en día en los movimientos sociales (1998; 1996). De esta observación se derivan ciertas conclusiones útiles para nuestra definición de los nuevos movimientos sociales, sus características y los modos de estudiarlos:

---

<sup>7</sup> El efecto de las TIC's en la organización de la acción colectiva: la virtualización de los movimientos sociales, (2002). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web <http://www.uoc.edu/Web/esp/art/uoc/irodriguez0602/irodriguez0602.html>

1. El autor distingue entre períodos activos y periodos latentes de la actividad de los movimientos, y constata que los movimientos sociales, a lo largo del tiempo, modifican su carácter, así como su presencia y visibilidad pública.
2. Los movimientos sociales actuales pueden explicarse mejor si los consideramos no como organizaciones sino como redes, sin la coherencia y firmeza estricta que habitualmente tienen los movimientos sociales tradicionales y que funcionan como organizaciones estables.
3. Lo verdaderamente importante para Melucci es la acción simbólica que tiene lugar en esas redes, los significados y conceptos que son articulados, así como los vínculos de solidaridad y comunidad que se establecen y reproducen.
4. Esto hace que para explicar la movilización individual tengamos que dar cuenta de procesos de construcción de identidad, de elementos emocionales y empatías y solidaridades diversos, y no sólo de decisiones o posibilidades instrumentales.

El poder en la sociedad actual no cristaliza únicamente a través del Estado, ni se materializa solamente en grandes representaciones, se introduce y prolifera en las prácticas cotidianas, en el pensamiento y en los juicios de valor constantes. Los movimientos sociales significativos, por críticos, de la sociedad presente ya no son los movimientos que luchan por los derechos del trabajo. Acostumbran a ser movimientos sociales que problematizan la identidad y manifiestan posibilidades de nuevos estilos de vida y significados culturales, incluso más allá de inquietudes políticas, o mejor dicho, con énfasis en conocimientos, saberes y códigos culturales de especial importancia para las sociedades actuales.

## **2.2. LA AGENCIA: EL PROYECTO PARA LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA.**

ACNNA es un proyecto de la Fundación Yupana, en alianza estratégica con Plan y UNICEF, Ecuador. Con el apoyo de Fundación Kellogg. La Agencia promueve el trabajo periodístico desde un enfoque de derechos, a través del manejo informativo, adecuado, la formación y acompañamiento a periodistas; la dotación de información calificada; el nexo con fuentes informativas preparadas y el colocar el tema en la agenda de los medios.

Está concebida como un espacio que promueva e incorpore la voz de la niñez y adolescencia en los medios de comunicación, como parte de su ejercicio ciudadano a expresar, participar y ser escuchados desde su visión y proyección social. Acción que pretende influir en el imaginario colectivo en torno a la niñez y adolescencia con sujetos de derecho.

En noviembre del 2004 la Agencia es aceptada como miembro de la Red ANDI América Latina, Red que está integrada por 13 países, la misma que pretende promover los derechos de la niñez y adolescencia a través de medios de comunicación calificados y sociedades mejor informadas y proactivas.

### **2.2.1 Objetivos específicos**

- Analizar e incidir en el manejo informativo sobre el tema de la niñez y adolescencia en los medios de comunicación a través del monitoreo diario y especializado.
- Generar espacios de formación, reflexión, sensibilización y alianzas estratégicas con periodistas, medios de comunicación y universidades, para cualificar el manejo informativo y promover el reconocimiento de su trabajo periodístico.
- Alimentar y actualizar permanentemente una red informativa con datos, imágenes e información cualitativa, para facilitar el proceso comunicativo de la Agencia.



- Promover y fortalecer la participación de las niñas, niños y adolescentes a nivel nacional, como un circuito social que difunda, promocióne y defienda sus derechos, a través de espacios en medios de comunicación nacionales y provinciales.

### **2.2.2 Ejes temáticos**

Cualificación de periodistas y medios de comunicación en cuanto al manejo informativo sobre el tema de la niñez y adolescencia desde un enfoque de derechos.

Promoción de espacios de participación e involucramiento de la niñez y adolescencia a través de productos comunicativos propios que muestren sus necesidades, expectativas, expresiones y sueños.

### **2.2.3 Misión**

Propiciar el encuentro entre medios de comunicación y protagonistas sociales para influir en la calidad informativa y el imaginario social, sobre la niñez y adolescencia, a través de procesos de participación, expresión y movilización social por el ejercicio ciudadano de niñas, niños y adolescentes como sujetos de derecho.

### **2.2.4 Visión**

Fomentar la participación social por la defensa, promoción, vigilancia y exigibilidad de los derechos de la niñez y adolescencia a través de veedurías ciudadanas que involucre y comprometa a actores sociales y medios de comunicación en la construcción de un imaginario social que reconozca a las y los niños y adolescentes como ciudadanos.

## **2.3. LA HISTORIA DE LA AGENCIA**

ACNNA nació en el 2005, la propuesta de la agencia se mueve en dos ejes estratégicos, la una es cualificar el manejo informativo del tema niñez y adolescencia en los medios de comunicación a través de un monitoreo diario, permanente, técnico, que tiene muchos insumos investigativos y cerca de 400 indicadores. Cuentan con un software propio para la cualificación de las notas periodísticas que realiza un análisis y los clasifica según los temas tratados.

Con estos resultados se hace un seguimiento permanente cercano a los y las periodistas y a los tomadores de decisión de los medios, para comenzar a incidir en el tratamiento periodístico, en el influir y ampliar la información y provocar que se realice una verdadera investigación de estos temas. Incluir y diversificar fuentes, es decir empezar a hacer un tratamiento mediático mejor.

Con todos esos insumos desde el 2007 que se hizo el primer informe se realizó un proceso de capacitación para los y las periodistas para que vean como se están manejando estas temáticas. Se ha devuelto resultados, se ha sensibilizado, se ha trabajado con medios, periodistas, voceros institucionales y con universidades.

### **2.3.1 Capacitación a periodistas**

Producto de esto se maduro la propuesta del proceso de formación semipresencial dirigido para periodistas, entorno al enfoque de derecho, con el objetivo de romper el paradigma del periodismo que se está haciendo, y generar alternativas para que sea más inclusivo, con enfoque de derechos, con ética, que se genere desde y con la gente.

Esta lógica de producción informativa asume hoy, en el denominado Periodismo Cívico, su función formadora de ciudadanía como un compromiso por contribuir a la convivencia social. En palabras de Rosa María Alfaro, se

toma en cuenta la importancia de lo común, de lo que es construcción de acuerdos, de la creación de redes, espacios y comportamientos de solidaridad, de la conformación de esferas públicas. A esta nueva concepción, se ha denominado en Estados Unidos, periodismo cívico, pero en América Latina, data de más de tres décadas y fue bautizado con el nombre de Periodismo Popular o Periodismo Comunitario. Más allá de las definiciones al uso, lo interesante es que estas experiencias originales presuponen un proceso de crítica y reformulación de la función pública informativa en una sociedad afectada por la anomia, la insolidaridad y el individualismo posesivo<sup>8</sup>.

Por esta razón ACNNA desarrolló estos cursos virtuales “Niñez en los medios de comunicación” para la incorporación del enfoque de Derechos de Niñez y Adolescencia como valor agregado indispensable en su trabajo, participa en el Curso virtual: El Programa prioriza la metodología de “aprender haciendo”. Los contenidos teóricos y prácticos están articulados para incorporar progresivamente el conocimiento adquirido en su trabajo diario.

Los medios y periodistas participantes serán monitoreados para ser acreedores a un "Sello de Calidad" que avala su trabajo en enfoque de derechos de Niñez y Adolescencia. Este proyecto es un aporte de la Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes, Plan, UNICEF, con el apoyo de Telefónica y CIESPAL.

### **2.3.2 Monitoreo de medios**

La parte de cualificación va dirigida directamente al trabajo con las y los periodistas para incidir en el imaginario adulto, para eso en el 2006 y 2007 se ha hecho investigación para incidir.

Esta área se consolida luego de un complejo proceso de selección y conformación de un equipo de trabajo con capacidad técnica y humana. La Agencia desde el 2007 monitorea 15 medios impresos: 5 periódicos de

---

<sup>8</sup> Sierra C., F. (2010) Guía Comunicación y Desarrollo (página 202) Editorial UTPL

circulación nacional (Universo, Expreso, El Comercio, Hoy y Extra) y 6 locales (La Hora Quito, La Hora Santo Domingo, La Hora Imbabura – Carchi, La Hora Los Ríos, La hora Tungurahua y la Hora Esmeraldas). Asimismo, se monitorean 4 revistas de circulación nacional (Vistazo, Gestión, Diners y Líderes).

Según el informe 2007 – 2008 de ACNNA, La niñez y la adolescencia en los medios impresos del Ecuador, se indica que de un total de notas referidas a niñez y adolescencia (32 540), el 5,14% ocupa una página entera. Estas notas, por lo general, corresponden a los temas Educación, Deportes y Recreación, Salud, Violencia y Comportamiento. Las notas de Educación representan el 22,38% de las publicadas sobre niñez y adolescencia. Destacan contenidos alusivos a las Escuelas del Milenio, actividades extracurriculares y la calidad educativa. Mientras tanto, el 12,13% de notas de Deportes y Recreación aparece en páginas completas; la mayoría de ellas se refiere a deportistas que han destacado. Las notas de Salud que ocupan un amplio espacio representan el 11,36% y tienen que ver con la atención médica en coyunturas, como desastres naturales. Notas amplias sobre Violencia representan el 8,96% de notas y tratan acerca de niñas, niños y adolescentes vulnerados en sus derechos, en particular maltratos o asesinatos. Le sigue el tema Comportamiento (8,85%), con notas casi siempre relativas a asesinatos en serie y actividades culturales. Buena parte de las páginas completas son interiores. Apenas el 7,32% de notas estuvo ubicado en primera plana.

Las secciones que registran el mayor número de notas de niñez y adolescencia en página completa son aquellas insertadas eventualmente, sea por coyunturas o coberturas especiales (23,96% del total); le siguen las secciones Nacional (18,80%), Deportes (10,36%) y Sucesos (10,31%). La niñez y adolescencia ocupó apenas el 0,05% de Editoriales; el 0,46% de Opinión; el 0,70% de Nacional Política; o el 1,11% de Nacional Economía.

## **2.3.3 El proceso del monitoreo**

### **2.3.3.1 Lectura**

El proceso de monitoreo empieza con la lectura diaria de las notas en prensa. Esta etapa permite identificar los elementos necesarios para iniciar el proceso de análisis en cuanto al manejo periodístico de niñez y adolescencia en los medios.

Durante la etapa se seleccionan notas que obedecen a tres criterios fundamentales:

1. Selección de notas con mención a niñez y adolescencia, independientemente de su extensión. De este proceso se seleccionan:
  - Notas del medio: nota a la que el medio de comunicación otorgó mayor importancia, o que trate de un tema trascendental para la niñez y adolescencia.
  - Nota del día: una vez seleccionada las notas del medio, se define cuál de ellas es la más importante y se la ubica como nota del día.
  - Notas alerta: notas en las que su contenido denotan transgresión de derechos, mal manejo temático o comunicativo respecto del ejercicio ciudadano de la niñez y adolescencia.
  - Fotografías en las que aparecen niñas, niños y adolescentes.
  - Historias de vida de la niñez y adolescencia.
2. Selección de notas que no hacen referencia a la niñez y adolescencia, pero cuyo contenido tiene incidencia directa o indirecta en el tema.
3. Notas que contienen datos relevantes para el análisis de temas relacionados, directa o indirectamente, con niñas, niños y adolescentes.

### **2.3.3.2 Análisis, ingreso y procesamiento de notas seleccionadas**

Luego de la etapa de lectura, se analiza el contenido informativo de las notas seleccionadas. Para ello existen criterios preestablecidos, tanto en aspectos técnicos como metodológicos, que facilitan un análisis cualitativo y cuantitativo de la nota.

El análisis contempla las siguientes fases:

1. Selección de titulares y ubicación en la página electrónica.
2. Ingreso de notas especiales, del día y alertas en la página electrónica.
3. Proceso de análisis, clasificación y elaboración de síntesis de todas las notas recuperadas en medios monitoreados, a través del Sistema Software “ACNNA”.

El Sistema Software contiene las siguientes categorías:

- Ficha: permite la identificación de la procedencia, la fecha de emisión, el titular y una síntesis de la nota.
- Identificación: contiene la descripción de la nota, el tema que abordó y a que política pública pertenece; incluye el registro de las organizaciones involucradas y mencionadas.
- Análisis de mensaje: identifica como la información llega a los lectores, la referencia de fuentes y cómo es vista la niñez y adolescencia.
- Análisis de imagen: contiene una descripción de la nota tal cual fue publicada; identifica actores de la fotografía y la carga emotiva. Analiza la contextualización.
- Básico general: señala las notas de alerta, el tipo de alerta y el seguimiento a la nota. Además especifica si la nota en cuestión es la más importante que se publicó sobre el tema. Este segmento es uno de los más importantes para el funcionamiento del circuito informativo y la reacción social oportuna a la violación de los derechos, las desviaciones informativas o comunicacionales.

- Segmento especial: registra artículos especiales que directamente atañen a la niñez y adolescencia. Contempla clasificados, publi-reportajes y promoción institucional.

### **2.3.3.3 Productos**

El proceso se activa al detectar una nota alerta, esto es, cuando contiene una transgresión de derechos, o cuando evidencia un mal manejo temático o comunicativo. El objetivo es suscitar la reacción social ante una nota difundida que merece acciones y reacciones inmediatas, sea en el ámbito de la restitución de derechos o desde la rectificación de información o manejo comunicativo. El circuito funciona con la participación activa y el compromiso de fuentes informativas y medios de comunicación.

### **2.3.4 RED NNACE**

Otra parte del trabajo es la participación de la niñez y adolescencia a través de la **Red de Niñas, Niños y Adolescentes Comunicadores del Ecuador - RED NNACCE**. Este proceso se inició en el 2006 como un curso vacacional, donde conjuntamente con Unicef como aliado estratégico, en este contexto hubo un acercamiento con la cadena televisiva Ecuavisa. En agosto del mismo año se inicia la proyección diaria de reportajes concebidos y producidos por un grupo de 70 niñas, niños y adolescentes de Quito y Guayaquil, en el noticiero estelar de Ecuavisa: "Televistazo". Los participantes de este espacio oscilan entre los 10 y 18 años, y representan a diversos grupos sociales, económicos y étnicos, además de personas con discapacidad.

RED NNACE es un proyecto de la Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes, ACNNA, cuyo propósito es multiplicar los espacios de expresión de la niñez y adolescencia ecuatoriana, mediante la democratización de los medios de comunicación masivos, reivindicando vivencias, sueños, expresiones, éticas, estéticas y lugares comunes de niñas, niños y adolescentes ecuatorianos.

El trabajo de la RED NNACE pretende resguardar las formas propias de hablar, pensar y proyectar de niñas, niños y adolescentes, desde la dignidad, identidad y autonomía, para promover en las y los adultos el “redescubrimiento” de la niñez y adolescencia ecuatoriana.

Desde ese momento aparece el video como herramienta comunicativa para desarrollar un espacio de participación de la niñez y adolescencia. En 2007 se hizo acreedora del premio “Children’s Award” que se otorga anualmente a una organización liderada por niñas y niños que haya contribuido a crear un mundo apropiado para la niñez. En este campo, ahora se difunden como muestras itinerantes, los vídeos realizados, que suman alrededor de 400, para generar espacios de debate y discusión en las escuelas, colegios y universidades.

#### **2.3.4.1 La televisión para niños**

Desde su funcionamiento, la televisión es un factor fundamental en la vida del ser humano. Forma parte de su cultura, su rutina. “Los niños aprender a ser espectadores, incluso antes de saber hablar”<sup>9</sup>.

El cambio en el mundo laboral, convierte al niño un espectador solitario, con una supervisión deficiente, ni siquiera cumplida por las franjas horarias de cada una de las cadenas. Los autores citados en el párrafo anterior, indican que la exposición constante de los contenidos “reiterará, confirmará y alimentará nuestros propios valores y perspectivas”.

Pero, ¿qué características tiene lo que emite la televisión para los niños? En el caso de los dibujos animados, cuyo público es mayoritariamente infantil, es necesario puntualizar acerca de estos puntos propuestos por Urra, Clemente y Vidal:

- La mayoría posee en algún momento manifestación de violencia.

---

<sup>9</sup> Urra J, Clemente M., Vidal M. (2000). Televisión: Impacto en la infancia (página 78)



- La violencia está presente en los dibujos animados, las películas y series.
- El tipo de violencia que se muestra es sobre todo física, verbal y de otros tipos. Suele tratarse de una violencia sin elementos desencadenantes. Se arremete como mera diversión, como mera costumbre.
- Las cadenas privadas son las que emiten mayor número de dibujos animados con contenidos violentos.
- Los niños ocupan más de un tercio de su tiempo libre a la televisión y un gran porcentaje sintoniza los programas fuera del horario permitido.

Para contextualizar estos puntos en el caso de Ecuador, es necesario acotar que cuando se emite programación infantil, en los canales se anuncia la programación para adultos. Otro punto destacable, que toma fuerza en la preparación de contenidos, es que generalmente la violencia está acompañada del humor, para aliviar la tensión de las historias que se presentan. Este recurso se utiliza para evitar que el espectador pierda la atención frente a una sensación repetitiva, entonces, en la dramaturgia de la historia, se le da un respiro a las escenas violentas con una cierta dosis de humor. En la infancia, esto proyecta una imagen banal de la violencia.

¿Y cuál es el problema por esta emisión de la violencia? Porque es a través de la televisión, que el niño aprende a socializar, se le presenta “un modelo” de cómo es la sociedad que está afuera de la puerta de la casa, de qué debe hacer, por qué luchar y cómo puede lograrlo.

Frente a todo esto ¿Qué busca la televisión? Espectadores. No importa si es a través de la publicidad, ideologías, consumo. O a través de la comedia o el drama. El ensayo de Urra, Clemente y Vidal, apunta que “la violencia aumenta el incremento de la audiencia”, llama más la atención, genera polémica. Claro,

eso es responsabilidad de la cadena, lo importante es qué se hace con “la caja”.

#### **2.3.4.2 Estrategias de comunicación de la RED NNACE**

La RED NNACE reúne a casi 300 niñas, niños y adolescentes en todo el país, que recuperan historias desde sus propias concepciones, imaginarios y necesidades. De este modo, los chicos y chicas buscan sensibilizar a la sociedad sobre las vivencias, problemas, propuestas y sueños que tienen los ecuatorianos y ecuatorianas más jóvenes, con el fin de impulsar una sociedad más justa e incluyente. Muestran además la diversidad de acentos, rostros y culturas del país.

Los reportajes de la RED NNACE abren para los televidentes adultos una ventana hacia las vivencias de la niñez ecuatoriana con el propósito de sensibilizarlos para que escuchen diariamente a sus propios hijos e hijas, promoviendo además la discusión sobre los temas que se hacen públicos.

Durante el lapso que duró el espacio en Ecuavisa (2006 – 2008) se realizaron 100 talleres para la producción de 200 historias en las provincias de Pichincha, Guayas, Manabí, El Oro, Imbabura, Napo, Morona Santiago, Tungurahua y Chimborazo.

Más que ‘niños comunicadores’ son niños que comunican. Son generadores de información, ‘cazadores de historias’, que dan a conocer una realidad por muchos desconocida. Son investigadores, reporteros que no siguen una agenda diaria, sino que dan a conocer su contexto. Por ese motivo, son historias personales que llaman más la atención del espectador. Es algo que el televidente no espera ver, pero le gustaría ver.

El texto El periodismo en la televisión digital, se indica que “Las informaciones se generan de formas muy diversas. La más habituales son las ruedas de prensa convocadas por todo tipo de instituciones, partidos políticos, entidades

financieras, organizaciones sociales, empresas, colectivos ciudadanos, asociaciones culturales y un largo etcétera, con el fin de trasladar a la opinión pública la información respecto a un asunto. “Aunque exista una agenda de temas y previsiones, cualquier periodista puede sugerir temas que se conviertan en noticias. No hay nada como la iniciativa y el esfuerzo por ‘levantar’ informaciones. En primer lugar, basta con fijarse en lo que uno ve a su alrededor”<sup>10</sup>. Los niños no van a ruedas de prensa o a capturar información general que es emitida en la agenda de la mayoría de los medios. Son historias propias.

#### **2.3.4.3 Proceso de los reportajes**

El ejercicio de producción se desarrolla con un trabajo personal de las y los miembros del grupo, con el reto de contar y filmar sus vidas de la forma más detallada e íntima posible, en miras a sensibilizarse y explorar la narrativa audiovisual de las historias. En las reuniones que tenían los temas que querían tratar, y conjuntamente con los facilitadores encontraban el enfoque a tratar, para luego realizar una investigación previa de acuerdo a sus experiencias, ya que las temáticas eran de su vida cotidiana o su entorno social.

Se terminaba con un Plan de Producción, en la que se definían los roles de cada uno de los participantes (reportería, cámara, apoyo en audio, asistente, entre otros). También se identificaba quien o quienes hacían la preproducción es decir, dejar claro quien se encarga de ubicar a las fuentes, de llamarlas, etc.

---

<sup>10</sup> Bandrés E., García J., Pérez G., Pérez J. (2000), El periodismo en la televisión digital. Ediciones Paidós Ibérica

#### **2.3.4.4 Tipos de reportajes que se mostraron**

Historias de vida, ejemplos de superación y lucha con una temática libre y abierta. El formato fue considerado como el más interesante y esperado a nivel de difusión en el Noticiero.

De Opinión, de temas cotidianos y de interés de los jóvenes. No incluyen temas que hacen referencia directa a la política, los derechos, la ciudadanía.

### **2.4 LA COMUNICACIÓN EN LA AGENCIA**

Las organizaciones sociales, bien bajo la denominación de organizaciones no gubernamentales (ONG's) u organizaciones no lucrativas (ONL), entre otras formas de referirnos a los agentes del Tercer Sector han utilizado siempre los medios convencionales para darse a conocer y para obtener un cierto reconocimiento social. La investigación nos demuestra que la mayor parte de los esfuerzos del Tercer Sector en comunicación social se han dedicado a la realización de campañas publicitarias elaboradas para medios convencionales con resultados diversos, pero siempre han olvidado sus propios públicos internos.

En el caso concreto de ACNNA, no cuentan con un departamento de Comunicación, ellos se han posicionado a través del trabajo cotidiano que los vincula con los y las periodistas. En este proceso de desarrollo y vinculación con medios de comunicación por sus proyectos, por ejemplo la inclusión de la Red NNACCE en un noticiero nacional, los han colocado en la esfera pública, pero con la falencia de que no se han mantenido con alguna estrategia de difusión permanente de la organización.

A pesar de no contar con un área de comunicación, existen encargados que dedican parte de sus actividades al proceso de generar información e ingreso de actividades a las redes sociales, tales como:

## 2.4.1 Pagina Web

En la organización cuentan con dos páginas Web. Cada una de estas herramientas de comunicación se maneja de manera diferente y no contienen la misma información.

La primera [www.acnna.ec](http://www.acnna.ec) es una hoja electrónica que contiene productos elaborados sobre la base de los resultados del monitoreo. Sus objetivos son informar a las y los usuarios sobre el enfoque de los medios respecto al tema de la niñez y adolescencia; y proporcionar información a los medios de comunicación para que definan su agenda noticiosa.

Imagen 1: Página Web ACNNA



Fuente: Extraída el 12/11/2010 desde [www.acnnac.es](http://www.acnnac.es)

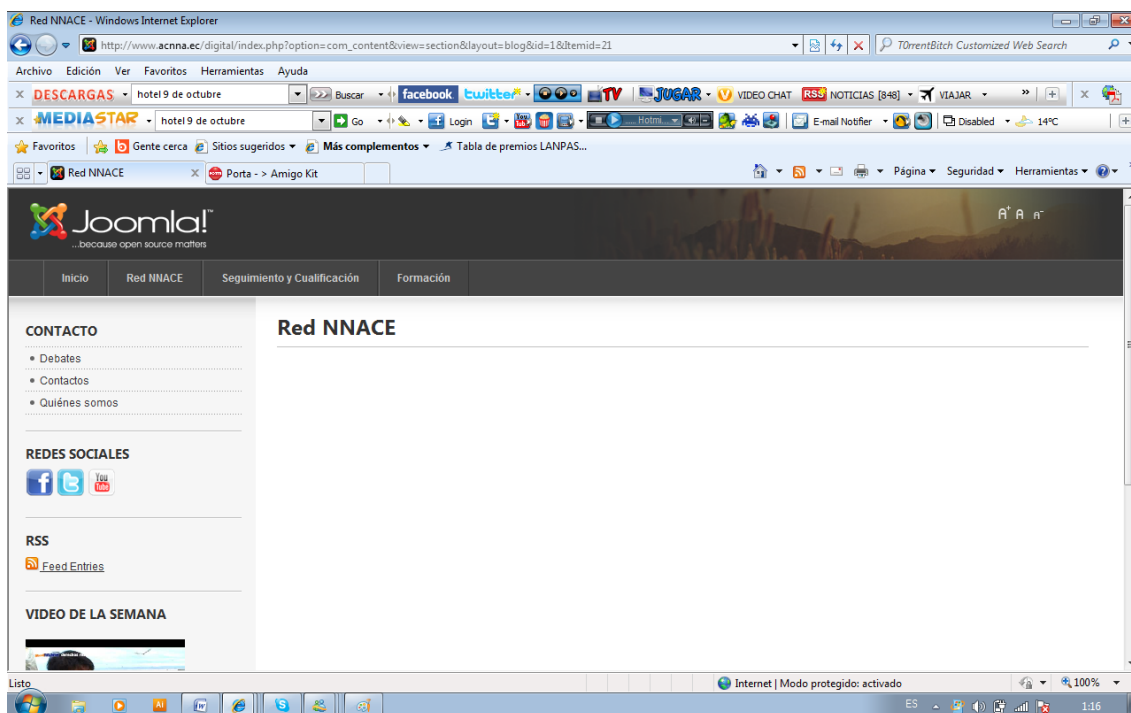
ACNNA digital contiene los siguientes productos:

- Titulares
- Notas del día

- Noticias especiales
- Análisis del monitoreo: “Así van los medios”
- Niñez y adolescencia en el marco legal
- Servicios: niños perdidos, cartas al lector.

La segunda es <http://www.acnna.ec/digital/>, su contenido es escaso, está dividida en cuatro secciones. La primera denominada inicio se incluye un texto que dice: *Curso dirigido a periodistas en ejercicio sobre prácticas periodísticas con enfoque de derechos de niñez y adolescencia*, pero no contiene información referente al tema. En la sección RED NNACE y Formación no hay contenidos, en la que se encuentra un pequeño artículo de diario La Hora es en la sección de Seguimiento y Cualificación.

**Imagen 2:** Página Secundaria de ACNNA.



Fuente: Extraída el 12/11/2010 desde [www.acnna.ec/digital](http://www.acnna.ec/digital)

Además en la misma página existen otros espacios tales como: debates, contactos y quiénes somos y los links para conectarse al Facebook, Twitter y Youtube.

## 2.4.2 Facebook

En el Facebook tienen 3.124 amigos, al principio enviaron invitaciones a periodistas, medios de comunicación, organizaciones, etc. Actualmente reciben promedio de 70-80 invitaciones semanales que ellos aceptan. Constantemente están revisando las publicaciones de sus amigos y seguidores.

La idea fue dar a conocer lo que se hace en el monitoreo y en el área de la RED NNACE, se publicaban fotos de eventos de la agencia y se ingresaban temas para contrastar opiniones entre niños, adolescentes y adultos.

Facebook hacen el seguimiento a adolescentes y niños, y les permite escribir comentarios de mayores caracteres que en el Twitter, además lo usan más para promocionar sus eventos. Pero el Facebook como es de mayor alcance entre los ciudadanos, tienen mayor acogida entre los menores de edad.

Imagen 3: Página Facebook de ACNNA.



Fuente: Extraída el 12/11/2010 desde [www.facebook.com/ACNNA?ref=search](http://www.facebook.com/ACNNA?ref=search)

## 2.4.3 Twitter

En el Twitter tiene 102 seguidores, que les ha ayudado para generar dinámicas de interacción con periodistas y medios de comunicación. En cambio con el Twitter no tiene la misma opción de respuesta que el Facebook, pues no todos tienen una cuenta en ésta red social. O al menos los jóvenes y niños no poseen una cuenta.

Imagen 4: Página Twitter de ACNNA.



Fuente: Extraída el 12/11/2010 desde [www.twitter.com/ACNNA](http://www.twitter.com/ACNNA)

## 2.4.3 Youtube

En cuanto al Youtube, tenían colgado alrededor de 25 vídeos, que eran los productos realizados por la RED NNACE, es decir los videos de las historias de vida de los niñas, niños y adolescentes, que en muchos caso reflejaba una realidad social o tocaba temas sobre explotación sexual, racismo, homosexualidad, participación, entre otros.



Imagen 5: Página Youtube de ACNNA.



Fuente: Extraída el 12/11/2010 desde  
<http://il.youtube.com/watch?v=n4GjRwL5vJM&feature=related>

#### 2.4.4 El blog

Tienen blog pero no está actualizado ni alimentado con información continua. Si la estuvieran utilizando les permitiría tener una retroalimentación donde los jóvenes pueden responder las actualizaciones de la organización y noticias publicadas.

Imagen 6: Página Blog de ACNNA.



Fuente: Extraída el 12/11/2010 desde [www.acnna.blogspot.com/](http://www.acnna.blogspot.com/)

## **CAPÍTULO III**

### **USO DE LAS TIC'S EN ACNNA**

#### **3.1. MANEJO DE LA COMUNICACIÓN EN LA AGENCIA**

Las TIC's permiten no sólo adquirir y compartir información a tiempo real sino que también han roto las barreras de la comunicación facilitando el acceso a cualquier zona geográfica, lo cual nos hace mucho más eficaces y eficientes a la hora de comunicarse o comunicar y, en definitiva, gestionar. Para ACNNA representan una enorme oportunidad, pero que no se la aprovecha adecuadamente.

En cuanto a la comunicación, no se ha trabajado en definir estrategias de posicionamiento de la Agencia. El proceso de la comunicación lo han hecho en la marcha, a partir de allí se han utilizado las TIC's como herramientas básicamente de difusión y que además han servido para la realización de foros o debates de alguna temática que involucre el tema de la niñez o adolescencia.

Es necesario recalcar que el uso de las TIC's en las organizaciones no debe reducirse a la Web y el correo electrónico, hay que pensar en nuevas herramientas de oficina virtual, y el reto es básicamente una cuestión de formación. Por una parte, éstas permiten ser más eficientes a la hora de gestionar los recursos disponibles, cosa clave pues cada vez más se les exige una mayor transparencia en la gestión de los recursos que la sociedad les confía. Por otro lado, las TIC's sirven para atraer nuevos recursos potenciando el trabajo de comunicación con las personas e instituciones comprometidas con la organización o con aquellas potencialmente interesadas en prestarle su apoyo.

Las empresas comunican para existir, pero las organizaciones del tercer sector existen para comunicar, para transmitir sus valores a la sociedad. Se puede decir que la comunicación forma parte de la esencia misma de estas

organizaciones, y está presente en todos sus procesos, en toda la gestión. No agotan su misión en la prestación de servicios, con la mayor calidad posible, sino que encuentran su razón de ser en la transmisión a la sociedad de determinados valores que la hacen más democrática, más habitable, más humana. Ya se trate de una asociación cultural, una ONG de cooperación o una organización ecologista, estas entidades existen fundamentalmente para impregnar la sociedad con sus ideas. El reto es hacerlo cada vez con mayor profesionalidad, creatividad y eficacia<sup>11</sup>”

A pesar de tener resultados esporádicos o haber logrado algún reconocimiento por desarrollar el proyecto de la RED NNACE<sup>12</sup> no cuentan con un equipo de comunicación que se encargue de posicionar a la institución, más bien como indica Rebeca Cueva, “No estamos figureteando, nuestro trabajo fundamental es posicionar a la niñez y adolescencia. La agencia se ha posicionado más bien con el trabajo con las y los periodistas, el hacer que ellos reconozcan estas temáticas y a los niños y niñas como personas con valor para expresarse”.

La dinámica planteada conlleva ese trabajo de incorporar poco a poco esos ejes temáticos en la agenda periodística de cada uno de los medios de comunicación, pero en la práctica solo lo que se realiza es el seguimiento de las notas que se publican en medios impresos, esto no genera un flujo comunicacional permanente, más bien los temas alerta, como los denominan, se convierten en un llamado de atención a los y las periodistas, que muchas veces no tienen eco en los tomadores de decisión de estas empresas.

En el informe 2007 – 2008 de la Agencia plantea que el formato y abordaje que los medios impresos no es muy alentador en lo referente a la niñez y

---

<sup>11</sup> Organización y Transparencia en las organizaciones sociales. (2009). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web <http://2670555332188542638-a-1802744773732722657-s-sites.googlegroups.com/site/josemariaherranzdelacasa/publicaciones/comunicacion-en-las-organizaciones-sociales/revistaicono14nov/2009.pdf>

<sup>12</sup> Red de Niños, Niñas y Adolescentes del Ecuador, 2006 – 2008, reportajes emitidos por la cadena Ecuavisa en su noticiero estelar “Televistazo” a las 20h00.

adolescencia. Los datos denuncian un “monoformato” para notas vinculadas con estos temas, con cualidades concurrentes y casi generales en los medios; extensión básica de media página, o entre 500 o menos caracteres; noticias de corte informativo, asentadas en espacios urbanos; carentes de fuentes o con una sola; medianamente contextualizadas, donde los personajes de los temas son mostrados como víctimas o beneficiarios; muy pocas veces como protagonistas en temas como participación y educación, en menor medida<sup>13</sup>.

En definitiva, la lógica del proceso de comunicación no puede ser confiada a la interacción espontánea. Si pretendemos revertir o cambiar realidades sociales injustas o inequitativas por razones de solidaridad, la comunicación debe ser planificada, proyectando una estrategia y marco estable de producción y operatividad informativa dentro de la organización<sup>14</sup>.

Este no es nuevo en diferentes organizaciones u empresas, ya que muchas no le dan la importancia que se merece la comunicación. *La falta de comunicación redundante en pérdidas de oportunidades o en duplicidad de gastos o en gastos innecesarios. La comunicación de la empresa u organización se puede clasificar por el público objetivo del mensaje en interna o externa.*<sup>15</sup> En el caso específico de ACNNA el público objetivo de la institución es externo, independientemente que se dirija para el target adulto en el área de capacitación y monitoreo y para el público de niños, niñas y adolescentes con los espacios de participación.

El tipo de comunicación que utilizan responde a la “metáfora de la flecha” o de la “línea telegráfica”, descomponiendo linealmente el proceso de influencia ejercida por el estímulo inicial del anunciante y la respuesta del “público objetivo”, “público meta” u “objetivo prospectivo”, en una serie de etapas

---

<sup>13</sup> ACNNA, La niñez y la adolescencia en los medios impresos del Ecuador, informe 2007 - 2008

<sup>14</sup> Sierra C., F. (2010) Guía Comunicación y Desarrollo (página 170) Editorial UTPL

<sup>15</sup> Conferencia pronunciada el 27 de febrero de 1992 en la Escuela de Estudios Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, dentro del Ciclo de Conferencias y Seminarios del curso 1991/1992, extraída el 2 de octubre de la página <http://www.ucm.es>

elementales que se suceden invariablemente con un orden inalterable (...) Basados en el estímulo–respuesta, los modelos lineales exigen del receptor una participación mínima y están basados en un determinismo del comportamiento en el que la comunicación parece limitada a engendrar reflejos condicionados<sup>16</sup>. Esto es lo que ocurre con los mensajes que emiten como organización, son presentados a medida que aparecen, buscan solo causar una respuesta a algunas preguntas o foros planteados en las redes sociales que utilizan. El único fin sería básicamente generar una discusión, pero no es permanente ni basada en alguna estrategia de comunicación que se pudiese generar dentro de la organización. En comunicación, como en la acción social, toda iniciativa comporta un proceso de decisión y una planeación de tiempo, acciones y resultados.

Otro aspecto muy importante es la tecnificación dentro de la organización, es decir el que cuenten con una infraestructura adecuada, (ordenadores, de Web, de conexión de banda ancha a Internet) esto genera significativamente un gran paso para la lucha contra la grieta digital.

Pero, a pesar de todo, estas mismas entidades no consiguen, estratégicamente hablando, la solvencia tecnológica que les permitiría aprovechar las oportunidades generadas por las TIC's. Formación y conocimientos insuficientes y recursos económicos escasos se presentan como los obstáculos principales en la incorporación de las TIC's en la estrategia de las organizaciones.

### **3.2. HERRAMIENTAS WEB 2.0 UTILIZADAS POR LA ORGANIZACIÓN**

La Web 2.0 es la nueva forma de aprovechar la red, permitiendo la participación activa de los usuarios, a través de opciones que le dan al usuario voz propia en la Web, pudiendo administrar sus propios contenidos, opinar sobre otros, enviar y recibir información con otras personas de su mismo estatus o instituciones que así lo permitan. La estructura es más dinámica y

---

<sup>16</sup> Castelló, E. (2010) Guía Planificación de la Comunicación, (página 20) Editorial de la UTPL

utiliza formatos más modernos, que posibilitan más funciones<sup>17</sup>. En el caso de ACNNA la utilización de esta herramienta está siendo paulatinamente, sus ingresos a las redes sociales ha sido un proceso que ha servido para modificar la forma de interactuar con sus seguidores en las diferentes redes sociales con las que cuentan.

Estas nuevas tecnologías de la información han contribuido a redefinir y completar las actividades comunicacionales, tanto en los medios de comunicación, como empresas, instituciones educativas, ONG, etc. Pero sin olvidarnos de que esas tecnologías son herramientas al servicio del pensamiento y el conocimiento humano, es decir de su capacidad de uso para transmitir una idea y un mensaje<sup>18</sup>.

Sin duda alguna la utilización de las TIC's es un apoyo útil para el trabajo de comunicación de las organizaciones, en el caso particular de ACNNA desde 1 año utilizan dos páginas Web [www.acna.ec](http://www.acna.ec) y [www.acnna.ec/digital/](http://www.acnna.ec/digital/). La primera la actualizan diariamente porque tiene conexión con la base de datos donde tiene información de monitoreo de medios, se ingresa la información respectiva, las notas por tema se actualizan todos los días, ya que cuentan con el software que les permite alimentar a diario su información y automáticamente se publica en la página Web y no se puede generar más interacción de contenidos.

La segunda por cuestión de logística la tienen, ya que es menos interactiva, pero les permite cargar más información en relación a la misión, y programas que realiza la agencia, en esta página no se pueden cargar noticias del monitoreo. La utilización de dos páginas podría generar confusión, pero como indica Ana María Toro, quien se encarga de la actualización de las redes sociales, se está trabajando en la idea de tener una sola página y alimentarla periódicamente.

---

<sup>17</sup> Web 2.0. (modificada el 2010). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0#Web\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#Web_2.0)

<sup>18</sup> Rivera, Diana, Nuevas Tecnologías de la Comunicación (2010). Editorial de la UTPL; Loja, 2010.

“La idea es que entre las dos páginas Web coexistan y ponerle un link en una de las páginas que conecte a la otra, pero existen problemas técnicos que no les permiten hacerlo, por eso aún no concretamos esa propuesta” acotó Toro. Con las nuevas tecnologías también apareció el concepto de Web 2.0 que facilitan el diálogo con los usuarios, esto con la finalidad de evitar una comunicación unidireccional (...) Con la aparición de esta Web, los usuarios tienen mayores posibilidades de interactuar en la Red, pueden incluso navegar por las diferentes redes sociales y apropiarse de una u otra manera de las Tecnologías de la Información y Comunicación.<sup>19</sup>.

En cuanto a las redes sociales las llevan utilizando desde hace un año aproximadamente, todo empezó como una prueba para difundir eventos y alguno que otro foro para conocer opiniones sobre temas coyunturales de la niñez y adolescencia. Trabajan con Facebook y Twitter, aún no tienen suficiente material para alimentar otras redes como Flickr, y tienen subido 5 videos en Youtube.

El ingreso a estas redes sociales no es diario, más bien depende del contenido que se genere, a veces es pasando 1 día o máximo 2 días, además verifican cuántas personas los siguen.

Pero algo que generó una polémica dentro de este espacio, fue la inclusión de un video sobre el racismo, donde un niño negro expresaba que sentía cuando lo trataban mal, esto ocasionó que dentro del foro los participantes de este espacio se expresaran de una forma inadecuada, con insultos y hasta menospreciando al protagonista de la historia, por esa razón fueron bajados del Internet estos video para que estas personas no denigren a estos niños que aparecen en los videos.

Otra complicación que tuvieron con ciertas informaciones en las redes sociales que utilizan, es la sobreutilización del material presentado, ya que se incluían análisis, notas o videos de la temática infantil y de la adolescencia y varias

---

<sup>19</sup> Rivera, D, Guía Nuevas Tecnologías de la Comunicación (2010). Editorial de la UTPL

entidades u organizaciones se tomaban este material sin autorización. Por esta razón ya no publican todas las notas en las redes sociales, más bien solo las noticias relevantes y las que quieren generar foros o debates.

### **3.3. TIPO DE CONTENIDOS DIFUNDIDOS A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS WEB 2.0**

En la red social Facebook se publican notas relacionadas a algún tema sobre niñez y adolescencia, pero más bien la utilizan para desarrollar una especie de “encuesta” sobre la opinión de un segmento de la población. En este sentido generan una retroalimentación. Las respuestas dependerán del tema y del interés que se pueda generar entre los jóvenes y ciudadanos que puedan visitar esta red social que es utilizada por la Agencia. El grupo social que más visita este perfil de la institución son los jóvenes, en una variable del 80%, en edades comprendidas entre los 13 a 18 años, que son quienes son parte de los amigos de la Agencia, El otro 20% son adultos que también generan respuestas a las inquietudes presentadas por lo regular una vez al día o cada dos días<sup>20</sup>.

Las personas encargadas de manejar las redes sociales guardan el registro de los cambios y alimenta la base de datos de contactos con los correos que llegan por los mensajes en estas herramientas digitales. No llevan un control de estadísticas, más bien solo se limitan al almacenamiento de las publicaciones y las opiniones generadas.

En el caso del Twitter como es una herramienta más inmediata sirve para publicar las notas que surjan en algún momento del día, pero como tiene menos caracteres (140), no se puede generar debates. Pero a través de los replay y retwitts se generan respuestas por parte de los receptores. A través de eso también se dan a conocer eventos o actividades que la Agencia vaya a realizar.

---

<sup>20</sup> Esta información está basada en la cantidad de personas registradas en el Facebook que las tienen categorizadas por edades.



Otra de las dinámicas usadas es hacer seguimiento a casi todos los medios del país para apoyarlos en cuanto al manejo del lenguaje periodístico con la temática de niñez y adolescencia. Por ejemplo si una nota dice “Menor murió baleado con 3 tiros” se les corrige y sugiere que el uso de la palabra “menor” es peyorativo y en vez de ello debe ser “niño o niña” Los periodistas les escriben y preguntan sobre sus dudas. El Twitter no ha tenido muchos seguidores ni respuestas.

En cuanto a la eficacia o importancia del uso de estas redes sociales, todavía no logran posicionarlas completamente, ya que no es un trabajo diario, sino más bien dependerá mucho del tiempo de la persona que coordina estos espacios, ya que deben dedicarle más horas de su jornada laboral, al monitoreo de medios, que es el trabajo más relevante de la Agencia. Rebeca Cueva, acotó que piensan que muy poco debaten en la red, y a esos que quieren debatir no les están llegando con contenidos que agraden para entablar una retroalimentación. “La mayoría de gente quiere debatir sobre cualquier cosa, o sobre la mediocre producción nacional, y se basan en esos productos” acotó Cueva.

#### **3.4. ESTRATEGIAS DE TIC’S EN COMUNICACIÓN QUE HAN RESULTADO EXITOSAS PARA LA ORGANIZACIÓN.**

Uno de los casos exitosos para la Agencia es el video sobre Belén, colocado en Youtube y que fue seleccionado para un concurso internacional denominado PLURAL +, festival joven de videos sobre migración, diversidad e inclusión social, organizado por la Alianza de Civilizaciones y la OIM dirigido a los jóvenes del mundo que participan con videos dinámicos e innovadores que aborden los temas relacionados a la problemática social de los y las niñas, niños y adolescentes. La historia presentada en este vídeo es de Belén, una niña de 10 años, que vive en Azogues, con su abuelita que durante 50 años ha pedido caridad en las calles de Cuenca. Su historia de vida ha sido presentada

en un video que fue presentado a un concurso de Inspirado en el exitoso lanzamiento de

Otro caso, es sobre un tema presentado en el Facebook sobre la imputabilidad de los adolescentes en la Ley de la Niñez y Adolescencia presentada en la Asamblea Nacional Constituyente, para este tema se realizó una pregunta sobre que piensan sobre este tema en esta red social y hubo diferentes criterios a favor y en contra. Esto sirvió para hacer un análisis junto a otras organizaciones como UNICEF sobre el tema.

## **CAPÍTULO IV**

### **PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC'S**

#### **EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

#### **4.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

ACNNA no ha conseguido un permanente y continuo uso de las TIC's dentro de comunicación que realiza, tanto interna como externamente. La falta de planificación en el uso de las herramientas digitales ha provocado que los mensajes sean esporádicos y no se obtenga un resultado a largo ni mediano plazo. Pero sin lugar a duda, el uso que se le ha dado ocasionalmente, si ha tenido efectos y ha provocado que en las redes sociales que utilizan con mayor frecuencia, como por ejemplo el Facebook, se genere una retroalimentación y comunicación con adultos y jóvenes, que son el público a quienes ellos dirigen sus campañas y actividades, centrando su atención en sus inquietudes y sugerencias.

Es la parte positiva de la creación de las redes sociales en el mundo, pues crean nexos, vínculos, acercan personas, permiten compartir información y sobretodo surgen nuevas formas de informar y dinamizar los conocimientos impartidos y a su vez los que son recibidos por ambas partes claves en la comunicación: emisor y receptor.

El mensaje emitido por los encargados de ingresarlo en las redes sociales llega de una forma ágil y en tiempo real, la información difundida produce un efecto y respuesta entre el público receptor, en éste caso los jóvenes y adultos, siendo ellos capaces de producir y originar nuevas formas de comunicación a través de sus respuestas traducidas en comentarios, sugerencias, propuestas o simples inquietudes evidenciadas y dadas a conocer mediante foros y las nuevas herramientas tecnológicas existentes en la actualidad.

## **4.2 EXPECTATIVAS DE TRABAJO DE LAS TIC'S VS RESULTADOS OBTENIDOS**

Las TIC's les han facilitado el trabajo de acercamiento con periodistas y medios de comunicación, que son parte esencial de las campañas efectuadas por ésta organización, ya que les permite corregir términos muchas veces mal utilizados por los comunicadores en sus noticias o reportajes difundidos, como por ejemplo el caso de la palabra o término "menor" para referirse a un niño, niña o adolescente, ya que su significado real puede implicar un uso despectivo y peyorativo, que ACNNA recomienda sea obviado o cambiado por otra palabra como "niña" o "joven" según su edad, ya que ese término si es el más idóneo y adecuado para utilizar sin recurrir a recursos lingüísticos que podrían herir o subestimar al aludido que en éste caso es un infante.

En éste intercambio de información los periodistas también pueden dar a conocer sus inquietudes en torno a cierto tema, de repente puede ser una noticia a difundir o ya publicada sobre algún tema delicado que involucre a los niños, niñas y adolescentes. La inclusión de estos términos y muchos otros en las noticias llaman mucho la atención y han sobrecogido a los ciudadanos, que sin embargo, no han sido analizadas de forma objetiva ni real por los comunicadores sociales ni por organizaciones como ACNNA, ya que en los contenidos informativos aún siguen usando palabras despectivas y hasta imágenes que son capaces de herir la susceptibilidad no solo del público que observa, lee y escucha dicha noticia, sino que más allá repercute en la imagen y vida de quienes son acusados de cometer los delitos, que como dijimos son los niños y jóvenes presuntamente implicados en los hechos.

Todavía es muy común que los canales nacionales centren sus noticias en temas de crónica roja, abordando temas controversiales y muchas veces demasiado impactantes y con demasiado morbo, como hechos en que niños recién nacidos son abandonados o asesinados por sus propias madres, infantes que se han visto implicados en hechos de sangre, o simplemente pertenecen a pandillas juveniles que provocan disturbios y acontecimientos.

La parte preocupante aquí es el manejo que se le está dando a las frases y calificativos usados, y un punto muy importante, las imágenes difundidas en los medios, que siguen sin respetar que se trata de un niño y lo publican abiertamente, además del morbo que esperan crear entre las personas, aprovechándose de usar imágenes de contenidos que vulneran totalmente sus derechos, pues se los está usando con fines lucrativos o por el rating.

Es aquí donde organizaciones como ACNNA deben preocuparse más y procurar crear conciencia mediante campañas reales y efectivas con los periodistas y medios de comunicación para que cambien ese manejo ineficiente y manipulador de ese tipo de noticias, y a su vez trabajar en ése sentido, con las autoridades respectivas para que se sancione ese tipo de abusos cometidos por los canales de televisión o periódicos, que son los que más recurren a cometer ese tipo de imprudencias en el manejo informativo día a día.

#### **4.3. SITUACIÓN DEL USO DE LAS TIC'S**

Aunque por supuesto, existe un reto grande que concierne a las autoridades nacionales resolver, es el poco acceso que tienen los infantes a las nuevas tecnologías. En zonas rurales, por ejemplo, no poseen ni siquiera computadoras, y en lugares donde tienen acceso a una se encuentran con el serio inconveniente de no estar conectada a ninguna red de internet. Así la enseñanza informática se torna poco ágil, ineficiente y nada moderna, relegando a los niños y jóvenes a estar contactados con el mundo exterior y las noticias solo a través de los medios tradicionales como televisión, radio, periódicos.

Lo que, claramente, representa una limitante para organizaciones como ACNNA, ya que de algún modo trunca sus esfuerzos en el desarrollo y trabajo comunicacional que pretende mantener con sus usuarios, aún más tomando en cuenta que el público al que están dirigidas sus campañas está conformado por

niños y adolescentes; quienes al no poder acceder al uso permanente de las herramientas Web, deben conformarse con tener a duras penas una cuenta de correo electrónico y sin conocer ni aprovechar a fondo las ventajas de las redes sociales.

Éste tipo de inconvenientes podrían claramente ser superados mediante la implementación de centros multimedia comunitarios, sobretudo como los telecentros, que permitan un mayor y mejor acceso a las nuevas tecnologías, sobretudo en zonas alejadas como el campo o ciudades pequeñas donde impera el abandono de las autoridades y cuya población posee escasos conocimientos en materia de TIC's y herramientas Web. Sin embargo, pocos son los gobiernos locales que contemplen en sus presupuestos inversiones para éste tipo de acciones en beneficio de sus habitantes.

Las únicas que podrían hacer algo al respecto o plantear alternativas similares para superar ésta realidad, son las organizaciones sociales y sin fines de lucro que en cierta forma deberían optar por campañas que garanticen y permitan un acceso real a las herramientas Web para los niños y jóvenes, aunque sea en las escuelas y colegios; ya que dichas instituciones son la base primordial en su educación y formación académica, y que les servirá no solo en la actualidad sino a futuro.

En la medida que el aprovechamiento eficiente de las nuevas tecnologías ayuda a mejorar el desempeño de una organización social en la sociedad para la cual dirige sus campañas, entonces es necesario utilizar estrategias que realmente garanticen un manejo adecuado de todas las herramientas Web, ya que de ello dependerá el éxito o fracaso de las acciones comunicativas emprendidas por una ONG's.

Así es imprescindible que una ONG bien gestionada debería de contar también con una gestión en red entre sus socios, colaboradores, voluntarios y personal administrativo; hoy en día es fundamental tener contacto con todos las

personas que dan apoyo y soporte a nuestras ONG's y alguna de las formas de aprovechar toda esta sinergia sería con un gestor de redes sociales.

#### 4.4 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- La **página Web** de ACNNA ha sido muy útil para la organización, no solo para lograr un mayor y mejor acercamiento con quienes son los beneficiarios de sus campañas, sino que además les han servido como puente de conexión y estrechamiento de lazos comunicativos y de relaciones con otras organizaciones afines, medios de comunicación, empresas privadas, públicas, periodistas, instituciones, autoridades locales y nacionales entre otros personajes importantes para dar a conocer sus actividades, y así incluir en su agenda nuevas propuestas de trabajo, intercambiar y compartir experiencias, siendo capaces de reforzar conocimientos y su labor a seguir realizando en beneficio de ese universo vulnerable de la población, el más débil y desprotegido que son los niños.
- Por otra parte, pese a los logros obtenidos por ACNNA al establecer vínculos con otras organizaciones y medios, así como con niños y jóvenes, también han existido deficiencias en cuanto al manejo y administración de sus páginas Web; ya que por ejemplo poseen 2 páginas Web y ninguna de ellas está lo suficientemente nutrida con la información debida, ya que una de las dos páginas siempre está más actualizada que la otra y sus contenidos son similares, lo que convierte a una de ellas en innecesaria, ya que lo ideal sería que exista un solo sitio Web y que éste contenga links con información importante y pertinente; pues si el usuario se encuentra con dos páginas de contenido parecido podría verse confundido en vez de informarse de forma adecuada y oportuna sobre el trabajo y actividades desempeñadas por la organización.

- En cuanto al manejo que hacen de las redes sociales, es importante que hayan logrado generar nexos con grupos de niñas y adolescentes y conocer de primera mano sus inquietudes y formas de opinar y pensar sobre ciertos temas que los involucran y afectan a ellos mismos. Sin embargo, según los mismos directivos de la organización, el manejo efectivo de las redes sociales se ha dado con el **Facebook** donde tiene mayor cantidad de seguidores y han podido originar debates, respuestas de los usuarios.
- En cuanto al manejo del **Twitter** no le dan la importancia que tiene en la actualidad y por eso para la Agencia se convierte en una herramienta de poco alcance. Sin embargo considerando que ACNNA trabaja también con periodistas y medios de comunicación debería valerse de esta red social para estar más en contacto con éstos actores nacionales y estrechar relaciones comunicativas, siendo capaces de generar mayores impactos en el trabajo realizado al orientar a los comunicadores sociales sobre el correcto manejo a hechos o noticias que involucren a infantes, sean éstas positivas o negativas.
- De igual manera debe buscarse la forma más oportuna de aprovechar el uso de una cuenta en Youtube, ya que según los directivos de ACNNA por razones propias de seguridad de la información difundida, dejaron de publicar videos o comentarios sobre sus actividades y eventos. Y es que en la actualidad, el uso de los recursos audiovisuales es la más idónea pues como expresa el viejo refrán “una imagen dice más que mil palabras”. La información captará más la atención del usuario y tomando en cuenta que el público a quien dirige sus campañas ACNNA son niños y jóvenes, el recurso audiovisual ha demostrado mayor impacto que las letras.



#### 4.5 RECOMENDACIONES PARA EL USO EFECTIVO DE LAS TIC

- Las **páginas Web** y sus contenidos multimedia deben estar mejor estructurados mediante la incorporación constante y actualizada de fotografías y videos respecto al hecho publicado en la Web; ya que de esta forma la información se vuelve realmente atractiva para el usuario; con quien debemos conectarnos no solo a través de texto simple y relleno innecesario de palabras, sino mediante hipertextos que realmente den a conocer el contenido de forma verídica no sólo más ágil, sino fácil y rápida de asimilar y captar.
- Fortalecer el blog mediante la publicación constante de artículos relacionados con los niños y adolescentes, incentivándolos a también escribir y expresar libremente sus pensamientos e ideas; ya que de ésta forma se estaría abriendo una puerta para que ellos participen y propongan alternativas en temas que quizá muchas veces son tabú en la sociedad, para conocer de primera mano qué piensas y opinan, qué ideas divagan por sus cabezas y qué tan en serio toman su participación en la sociedad actual.
- En cuanto a las redes sociales como Twitter y Facebook, lo ideal sería fortalecer la cuenta del Twitter tal como se la ha hecho con la de Facebook que se mantiene todo el tiempo actualizada con fotos de los eventos, propuestas de debates, foros, comentarios donde los jóvenes e infantes pueden escribir lo que deseen expresar. Se podría aprovechar ésta herramienta Web para publicar mensajes cortos con preguntas, planteamientos sobre determinados temas estratégicos e importantes, que pueden ser respondidos por usuarios involucrados en el tema, como medios de comunicación, periodistas, autoridades y empresas afines con los asuntos planteados y así lograr consolidar alternativas de trabajo conjuntas en beneficio del público a quienes se dirige ACNNA en sus campañas y actividades. Entonces debe buscarse un mecanismo más óptimo para el manejo, uso y aprovechamiento de la cuenta que ya

posee ACNNA en Twitter, mediante el seguimiento masivo de las publicaciones de los periodistas en sus perfiles, estableciendo campañas en este sentido que permitan una correcta orientación de cómo debe realizarse el trabajo informativo cuando se trata de abordar asuntos de infantes y jóvenes; de tal manera que se estaría promoviendo una participación masiva y más abierta entre los actores sociales y los hacedores del acontecer nacional en los medios.

- Mejorarse el uso del Youtube, con la publicaciones periódicas y organizadas de videos de eventos y campañas de ACNNA, así como material audiovisual instructivo que sirva como base de aprendizaje para los niños y adolescentes y los ayude en su desarrollo, fortalecimiento y crecimiento personal e intelectual, para que sean capaces de empoderarse de sus propios conflictos, situaciones, derechos, deberes en las que pueda no sólo sugerir, sino proponer por sí mismos soluciones reales a cada tema que así lo requiera, dependiendo el momento y circunstancia. De tal manera que serán dueños de su propia realidad, generadores de alternativas e ideas que pueden transformar su entorno, volviéndolo más satisfactorio, sociable, equitativo y justo.
- Centrándonos en el caso de ACNNA y tratando de comparar la utilización que realizan de las herramientas Web con empresas u otras organizaciones que han logrado casos exitosos en éste sentido, podemos recomendar la creación de una sola página Web que haga uso eficaz y actualizado de los contenidos de sus campañas y trabajos efectuados, por medio del lenguaje multimedia y audiovisual, ya que es el que más llama la atención, pues está comprobado según estudios del Eyetracking que el uso de fotos, videos con mensajes cortos, precisos, claros y resumidos quedan grabados mayormente en la retina del usuario.

- Para el desarrollo de la comunicación y la el diseño de estrategias de comunicación es necesario una sala de prensa, que se encargue de la coordinación de las redes sociales y el contacto con periodistas y comunicadores sociales, quienes también podrían retroalimentar a la organización su forma de pensar, su criterio respecto de un determinado tema o situación y poder dar lugar a propuestas y sugerencias conjuntas, de parte y parte.
- Mantener el contacto con los usuarios mediante la herramienta que más ha sido aprovechada por ACNNA, que es el Facebook, ya que esta plataforma de visitantes que ya está consolidada no debe perderse, sino más bien fortalecerse e irse alimentando con nuevos integrantes dentro de la red social, proponiendo siempre su participación libre, activa y solidaria en temas álgidos que competen su atención, en busca de posibles soluciones o nuevas formas de mejorar el trabajo realizado.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

- Rivera, D. (2010). Nuevas Tecnologías de la Comunicación Editorial de la UTPL; Loja, 2010.
- Sierra C., F. (2010) Guía Comunicación y Desarrollo (página 170) Editorial UTPL
- ACNNA, La niñez y la adolescencia en los medios impresos del Ecuador, informe 2007 – 2008
- Bandrés E., García J., Pérez G., Pérez J. (2000) El periodismo en la televisión digital, Ediciones Paidós Ibérica
- Urra J, Clemente M., Vidal M. (2000). Televisión: Impacto en la infancia (página 78)

### Páginas Web

- El efecto de las TIC en la organización de la acción colectiva: la virtualización de los movimientos sociales, (2002). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web  
<http://www.uoc.edu/Web/esp/art/uoc/irodriguez0602/irodriguez0602.html>
- ORGANIZACIONES SOCIALES Y TIC: retos y oportunidades, (2010). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web  
<http://miguelblasco.blogspot.com/2010/08/organizaciones-sociales-y-tic-retos-y.html>
- INEC (2008) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S realizada por el INEC. Extraído el 2 de octubre del 2010 de la Web  
[www.inec.gov.ec/c/document\\_library/get\\_file?folderId](http://www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId)
- Organización y Transparencia en las organizaciones sociales. (2009). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web <http://2670555332188542638-a-1802744773732722657-s-sites.googlegroups.com/site/josemariaherranzdelacasa/publicaciones/comunicacion-en-las-organizaciones-sociales/revistaicono14nov2009.pdf>

- Red de Niños, Niñas y Adolescentes del Ecuador, 2006 – 2008, reportajes emitidos por la cadena Ecuavisa en su noticiero estelar “Televistazo” a las 20h00.
- Conferencia pronunciada el 27 de febrero de 1992 en la Escuela de Estudios Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, dentro del Ciclo de Conferencias y Seminarios del curso 1991/1992, extraída el 2 de octubre de la página <http://www.ucm.es>
- Web 2.0. (modificada el 2010). Extraído el 28 de octubre del 2010 de la Web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0#Web\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#Web_2.0)

## ANEXOS

### PREGUNTAS ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

1. ¿Qué herramientas digitales (web 2.0) utilizan como estrategia de comunicación interna y externa? (colocar una x en la opción que cree conveniente)

- a) Página web \_\_\_\_
- b) Facebook \_\_\_\_
- c) Twitter \_\_\_\_
- d) Youtube \_\_\_\_
- e) Otras (especificar) \_\_\_\_\_

2. ¿Cada qué tiempo actualizan las herramientas digitales (web 2.0) que tienen en la organización? (colocar una x en la opción que cree conveniente)

	<b>Página web</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Youtube</b>
Cada hora				
Diario				
Semanal				
Mensual				
Otros (especificar)				

3. ¿Cuáles son las herramientas digitales (web 2.0) de mayor eficacia para la estrategia de comunicación que ustedes utilizan? (colocar una x en la opción que cree conveniente)

	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Muy Buena</b>	<b>Excelente</b>
Página web				
Facebook				
Twitter				
Youtube				
Blog				

4. Indicar por qué la herramienta digital (web 2.0) escogida en la pregunta 3 tiene mayor eficacia según la opción escogida: F = facebook, P = página web, T = Twitter y Y = youtube.

- a. Mayor cantidad de accesos a la página o herramienta digital. \_\_\_\_
- b. Mayor cantidad de seguidores \_\_\_\_\_
- c. Mayor oportunidad de difundir las actividades. \_\_\_\_\_
- d. Mayor oportunidad de generar retroalimentación en algunos temas. \_\_\_\_\_

5. Indicar la cantidad de seguidores o de visitas a las distintas herramientas digitales (web 2.0) que utiliza la organización

	<b>Visita</b>	<b>Seguidores</b>
Página web		
Facebook		
Twitter		
Youtube		

6. Internet se ha convertido en una herramienta útil para el desarrollo de la comunicación interna en las organizaciones sociales, ¿por qué cree usted que deben aplicarla para el trabajo de ACNNA? (colocar una x en la opción que cree conveniente)

- a. Se llega a más cantidad de personas \_\_\_\_\_
- b. Mayor acceso desde cualquier lugar del mundo \_\_\_\_\_
- c. Se puede generar retroalimentación de manera más rápida \_\_\_\_\_

## Estructura de NNACE

### Estructura de Fundación Yupana

