



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOJA

ESCUELA DE: COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

**TEMA: “USO DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
DE LAS ORGANIZACIONES ECUATORIANAS”**

**Tesina de grado previo la obtención del
título en Diplomado en Comunicación
Corporativa.**

**AUTOR: NINFA PEÑAFIEL REINOSO
LUIS CÓRDOVA CALLE**

DIRECTOR: ING. GABRIELA DUCLÓS

CENTRO UNIVERSITARIO: CUENCA

2010

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE LA TESINA

Ing. Gabriela Duclós

DIRECTORA DE LA TESINA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación realizado por los estudiantes: Ninfa Peñafiel Reinoso y Luis Córdova Calle, 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 30 de 2010.

f)

DIRECTORA

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Nosotros, Ninfa Peñafiel Reinoso y Luis Córdova Calle, declaramos 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”.

Loja, noviembre 30 de 2010.

LOS AUTORES

F.....
Cl:

F.....
Cl:

AUTORÍA

Nosotros, Ninfa Peñafiel Reinoso y Luis Córdova Calle, como autores del presente trabajo de investigación, responsables de las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en la misma.

AUTORES

f).....

Cl:.....

f).....

Cl:.....

AGRADECIMIENTO

La vida es una dicha fugaz y los sueños sólo se realizan en el esfuerzo y en la constancia de las acciones; cada paso realizado es un peldaño hacia el logro de los ideales, más en el camino se encuentran escollos que detienen el camino y hacen difícil el avanzar, el temor y desasosiego llevan a desandar lo caminado, es ahí cuando se cuenta con la mano amiga y generosa, con la palabra de fortaleza y con el impulso que te invita a seguir adelante.

Por todo ello, nuestra eterna gratitud a todos quienes nos ayudaron a culminar con éxito este proceso, esta etapa de crecimiento en nuestra formación profesional: a la comunidad educativa de la Universidad Técnica Particular de Loja, a nuestra directora de la tesina Ing. Gabriela Duclós. Y de manera muy especial al prefecto, jefes y directores departamentales y de las secciones del Gobierno Provincial del Cañar, quienes nos dieron toda la apertura para desarrollar nuestro trabajo investigativo.

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo quiero dedicar primeramente a Dios por regalarme tantas cosas maravillosas, dos de ellas es darme a unos padres excelentes; y, por permitirme estar aquí desarrollando mis metas, siempre con tu bendición.

Además quiero dedicar este trabajo de manera especial a toda mi familia, porque siempre han sido mi inspiración y mi razón de ser, por el apoyo brindado durante todo el tiempo de mi vida.

MAMI "CAMI", y aunque físicamente ya no esté presente, pero sé que siempre está echándome sus bendiciones, para usted PAPI MIGUEL, con todo el amor del mundo le dedico este logro alcanzado en mi vida.

Los dos SIEMPRE SERÁN MI MAYOR ADORACIÓN.

Ninfa Peñafiel Reinoso

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende explicar algunos conceptos y herramientas de las nuevas tecnologías de la información moderna que hoy en día se requiere para conseguir el desarrollo armónico integral de una empresa u organización, en la llamada sociedad de la información, la comunicación y el conocimiento.

El nuevo enfoque de la empresa moderna inteligente, concibe que el desarrollo de la organización, está íntimamente relacionada con la comunicación y sus nuevas formas de comunicarse, por ello se plantea la necesidad primero de conocer, equipar y aprovechar las herramientas de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), a través de la adaptación al cambio vertiginoso obligado por el avance tecnológico en una sociedad de mercado globalizada.

El presente trabajo trata de relacionar -mediante un andamiaje teórico conceptual- la concepción académica de la comunicación social organizacional, con los fenómenos reales de una organización, en un proceso de análisis de los grupos de interés frente a la institución y sus dirigentes, teniendo como el centro de atención a las personas y su condición.

La implementación de una política de comunicación que respondan a los objetivos institucionales ayudan a revitalizar con renovado criterio la fortaleza de una organización, con el propósito de volverla competitiva y adaptada a los cambios.

Así como en nuestra vida diaria ya casi no podemos prescindir de herramientas como el celular, internet, e mail, televisión, computadora, etcétera; las empresas y organizaciones necesitan también de estos dispositivos tecnológicos y disponerlos al servicio de sus públicos, ya que sus clientes, usuarios, proveedores, potenciales compradores y competidores, ya no sólo están visibles físicamente sino están presentes en el espacio virtual de las redes sociales, donde observan, conversan, opinan, critican, informan, comparan y venden e interactúan cada vez con mayor fluidez y promiscuidad.

RESUMEN EJECUTIVO

Con el propósito de conocer el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) en las estrategias de comunicación de las organizaciones ecuatorianas entre el período enero y julio de 2010, la Universidad Técnica Particular de Loja planteó investigar y analizar el tema “**Uso de Tecnologías de Información y Comunicación de las organizaciones ecuatorianas**” a los estudiantes del Diplomado en Comunicación Corporativa, con ello pretenden formar expertos en el desarrollo de políticas y estrategias de comunicación interna y externa para empresas y organizaciones.

Los autores de esta tesina decidimos aplicar la investigación en el Gobierno Provincial Autónomo del Cañar, con la finalidad de conocer el tratamiento que se ha dado a las TIC's en las estrategias de comunicación en el primer semestre de 2010, con lo cual se identificó las diversas herramientas tecnológicas, informáticas y virtuales que seleccionó la institución para hacer comunicación interna y externa; además, la investigación permitió 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, y las tendencias futuras en cuanto a su uso.

El uso de las nuevas herramientas tecnológicas, concretamente 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 utiliza formatos más modernos que posibilitan más funciones.

La interacción de los usuarios es fundamental, el hecho de que las personas puedan participar de los contenidos les hace sentirse parte de la red, aumenta el interés por la misma y permite que los contenidos originales de ciertas páginas sean alimentadas por particulares, que se abran discusiones, se comparta acerca de temas comunes entre personas de toda clase, entre otras posibilidades. Todo esto le da a la web un valor

adicional; el usuario no está sólo para buscar y recibir información sino para emitirla, construirla y pensarla.

En este contexto, el contenido de esta tesina pretende aportar datos relevantes sobre el uso, la frecuencia y el contenido que se publican en las diversas herramientas que ofrecen las TIC's, a fin de tener un dato certero que revele cómo está este aspecto en el país y cuáles son sus proyecciones.

Esta tesina está dividida en cuatro capítulos y cada una cuenta con algunos subtemas de desarrollo. Así, en el primer capítulo tratamos como tema central las *generalidades del proyecto*, dentro de ésta la *importancia de las TIC's como herramientas de comunicación en organizaciones del Ecuador*. Igualmente, se divide en varios subtemas, que desde su punto de vista dan a conocer la trascendencia que tiene utilizar las TIC's como herramientas de comunicación, por cuanto éstas reducen costes y tiempo.

En el segundo y tercer capítulo aplicamos la investigación sobre el ***“Uso de Tecnologías de Información y Comunicación de las organizaciones ecuatorianas”*** en la organización seleccionada, en este caso el Gobierno Provincial del Cañar.

Concretamente, en el segundo capítulo abordamos *el tipo de entidad, misión, visión y objetivos de la institución; la historia, su proceso de comunicación, entre otros*. En tanto que en el tercer capítulo, la investigación y el análisis se profundiza en el uso de las TIC's.

Para tener idea de cómo se dio el proceso de incorporación de los computadores, el internet y hace cuánto tiempo, se hace una pequeña reseña histórica. Posterior a ello, dentro de un tema general *uso de las TIC's en la organización seleccionada*, estudiamos *cómo es la comunicación en la organización seleccionada; qué herramientas Web 2.0 utiliza la organización, incluyendo el por qué, la frecuencia en su uso, los objetivos por los que fueron implementados, público meta y sus proyecciones en su uso*.

Finalizamos la investigación con el cuarto capítulo, donde analizamos el *panorama ecuatoriano en el uso de las TIC's en las estrategias de comunicación*, además se *define los resultados de la investigación, se relaciona los resultados obtenidos con las expectativas de trabajo sobre las TIC's; analizamos la situación en cuanto al uso de las TIC's incluyendo una proyección futura; y terminamos con las conclusiones de la investigación y recomendaciones.*

Cabe recalcar, en la entidad, si bien hasta ahora no se da la importancia debida a las herramientas tecnológicas y en sí a la Sección de Comunicación y Protocolo, de a poco la institución se involucra en estos temas y trata de poner en práctica, más aún ahora que hay desde el gobierno central una motivación con la creación de una política de Estado para que se incorpore las herramientas tecnológicas y se optimice tiempo y recurso.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO

IMPORTANCIA DE LAS TIC's COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DEL ECUADOR

1.1. IMPORTANCIA DE UTILIZAR LAS TIC's COMO HERRAMIENTAS ACTUALES DE COMUNICACIÓN

Se denomina TIC's, en forma abreviada, a las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación que han revolucionado el mundo de la comunicación. En la actualidad, el periodismo se encuentra en un proceso de reconfiguración; la tendencia a la hibridación de géneros, la convergencia de medios en internet, las nuevas rutinas productivas, los nuevos roles de la audiencia, la proximidad geográfica, la relevancia social de la fuente y la fractura del consenso social se han configurado como los tres valor-noticia (*news value*) más habituales en los actos que forman parte de los asuntos informativos difundidos por los medios de masas.

El periodista ya no busca noticias, son las noticias las que persiguen a los medios, toda vez que se ha generado una nueva dinámica de planificación del trabajo informativo.

Según la Revista Latina de Comunicación Social, en su edición N° 64 de 2009, “La reconfiguración del periodismo se observa en las fuentes, los canales, los medios, los periodistas y las audiencias”. El cambio se hace patente en la transformación del esquema lineal de comunicación masiva: sujeto-canal-receptor, un sistema circular en el que el receptor puede ser emisor de argumentos propios o reelaborados a partir de lo recibido y/o enviado por parte de los medios de masas.

Las empresas por lo general han orientado su actividad dirigiéndose a productos multimedia, atraídos por la posibilidad de nuevos modelos de negocio en renovados soportes Internet de adaptación como la televisión en el teléfono móvil, entre otros.

Internet ha democratizado la posibilidad de convertirse en emisor para una audiencia transnacional que ha alimentado el papel de los receptores como proveedores de productos propios (las grabaciones personales) y de productos elaborados a partir de lo transmitido por otros medios.

La red de internet, la televisión por cable, la digitalización de las emisiones en sustitución de la señal analógica, se traduce en una fragmentación cada vez mayor de la audiencia que se acentúa ante la posibilidad de productos y/o dispositivos que facilitan nuevas formas de consumo.

La apuesta de la audiencia se decanta hacia relaciones informativas que les permitan ser actores en el proceso, piden menos discurso y más diálogo. La convergencia en las empresas se traslada a las redacciones que tienden a estructurarse de forma abierta para hacer posible la elaboración del producto para diferentes soportes. La tendencia a las redacciones integradas provoca en paralelo un aumento de la demanda de profesionales que sepan atender esa necesidad de producción: los periodistas multimedia.

El aumento de la oferta desde los medios y las organizaciones, y la constante actividad de los ciudadanos como proveedores, elaboradores y protagonistas de información, provocan un estado próximo a la saturación informativa. Ahora ya no es posible atender todas las propuestas informativas que cada día se lanzan en canales o soportes a los que tenemos acceso cada uno de nosotros como individuos, lo que revaloriza la necesidad de la figura de un mediador entre el relato informativo y su audiencia. Esta función, junto a la actitud de contar e interpretar con honestidad lo que ocurre, son

premisas básicas de la actividad periodística. Por otro lado, las fuentes han asumido que “gestionar comunicación ha de ser gestionar credibilidad”.¹

La fragmentación de la audiencia en los medios de comunicación se identifica con acciones ajenas a la influencia de internet y se enmarca en las estrategias de proximidad que propiciaron la diversificación del público de interés, de modo que pudieran ofrecer productos a la sociedad que se dirigen y vean reflejados los acontecimientos que vive, protagoniza y que le afectan directamente.

Es decir, el interés está en lo común, en lo cercano porque en la construcción de la información, noticia, o temario se produce una revaloración de la proximidad geográfica e intereses comunes, se jerarquizan dentro o vinculados a ellas nuevos actores sociales con relevancia en el ámbito territorial. El proceso es complejo y contradictorio, de un lado se abre la posibilidad a la presencia y la universalización de la información y crea condiciones para que la humanidad pueda, por primera vez, ser el sujeto de su propia historia. Sin embargo, esta intención queda atrapada en el control del poder, pues el control de la información y la comunicación se han convertido en un elemento decisivo del poder. “De cada diez palabras escritas, ocho son controlados por las cinco multinacionales más grandes del planeta”.²

Los nuevos modelos de gobernabilidad hablan de democratizar la comunicación, fomentar la participación ciudadana, impulsar el acercamiento con al comunidad y de la institución para con sus públicos, en este sentido se han implementado estrategias de comunicación y atención al público; se han creado oficinas de Relaciones Públicas, ventanillas de atención al cliente, cursos de relaciones humanas, cursos de calidad en el servicio -dirigido a los servidores públicos-, comunicación organizacional, talleres de acercamiento con las comunidades y organizaciones sociales, entre otros, los que constituyen una muestra del proceso de madurez de la comunicación desde las instituciones para con sus públicos internos y externos.

¹ Túnez, Miguel; Guevara, Melintón (2007). Pág. 53.

² Vázquez, Lola; Saltos, Napoleón. Ecuador su realidad (2004 -2005). Fundación José Peralta. Cap. Poder y Comunicación.

El poder de la comunicación y la información, en las últimas décadas, nace de la fuerza del lenguaje de la imagen institucional corporativa influenciada por los “mass media” y “multimedia”. Este poder permite a los “mass media” extender las capacidades de comunicación humana que conlleva a que el mundo se convierta en una aldea global. Este proceso de comunicación genera una nueva visión cultural. Estamos en el paso del lenguaje oral y escrito al lenguaje de la imagen interactiva. Se produce un cambio ontológico de los seres humanos, cambia el proceso de percepción y abstracción; no se produce el largo paso de una cadena de símbolos, sino que se impone la presencia inmediata de la imagen. El control es todavía mayor en la televisión. Sin embargo, la comunicación implica una relación intersubjetiva en el que las dos partes son activas, luego no se limita a una recepción pasiva donde actúa solamente el poder determinista de los medios, o la orientación ideológica de sus propietarios, también el televidente, el radio escucha o el usuario de internet marca el sentido, desde su propia cultura y cosmovisión. “Cada cultura procesa el mensaje desde sus propios valores e identidades”.³

Desde esta perspectiva, América Latina entra al mundo de la informática con relativa ventaja, pues se presenta a la vez como la originalidad de sus raíces históricas y como “extremo occidente”. El resultado es la presencia de nuevas modalidades de organización de la cultura, la hibridación de las tradiciones culturales de clase, etnias, naciones y la emergencia de poderes oblicuos. Las identidades y la diversidad son el fundamento de una nueva unidad. “La globalización no es un poder ineluctable y homogenizador”.⁴

1.1.1 SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN

La transición de la economía industrial a la de los servicios o post-industrial como inicialmente la denominaron algunos autores, sienta la base de algo más amplio, acrecentado por la revolución de las nuevas tecnologías y las comunicaciones

³ García, Canclini Néstor (1998).

⁴ García, Canclini Néstor (1990).

(ordenadores, telecomunicaciones e internet), a lo que se denomina sociedad de la información.

En la economía industrial, la fábrica es la empresa y en la sociedad de la información es una institución social. La gestión, por lo tanto, ya no es sólo la coordinación de los factores de producción sino también de las relaciones internas y externas. En el primer caso, al gestor le correspondía la función de gerente y administrador, mientras que en el segundo tiene que representar también el papel de estratega, político y líder de la organización.

Junto a los conceptos de sociedad de la información y globalización surgen otros como convergencia digital, industrias culturales y de la comunicación, industrias creativas, sociedad del conocimiento, redes sociales virtuales de comunicación y otras nuevas formas de interconexión o colaboración a través de la red de internet. Estos conceptos y cambios que afectan a los medios e instrumentos de comunicación de masas afectan también a las relaciones interpersonales y de las propias organizaciones.

Las empresas no pueden ser ajenas a sus impactos ni dejar de establecer estrategias para poder navegar en ese nuevo océano de información y comunicación. No olvidemos que la comunicación a través de sus diferentes formas de manifestación hablada, escrita, televisiva, gestual, mímica, etcétera, expresan ideas, transmiten datos, realiza constataciones y revela visiones; son entonces comunicadoras de sentimientos e ideología.

Según el comunicólogo francés André Mattelart (2007), a la noción de sociedad de la información se ha impuesto como logotipo denominado la globalización. Por otro lado la revolución tecnológica de mediados del siglo XX se pone al servicio del mercado para la conquista del mundo y el espacio: globalización y “planetarización”. El capital engrasa la circulación de bienes, informaciones y servicios creando los flujos y plusvalías que alimentan el mercado global. La génesis del concepto de sociedad de la información surge (casi al mismo tiempo en Japón, Estados Unidos de América y Europa) de la necesidad de buscar alternativas económicas a la crisis provocada por el agotamiento

del modelo de reconstrucción industrial, de las dos décadas posteriores a la segunda guerra mundial y de la posibilidad de aprovechar las oportunidades generadas por las nuevas tecnologías de la información, que el desarrollo de la ciencia con fines pacíficos comienza a sacar de sus laboratorios.

En 1972, Japón lanzó como objetivo nacional hasta el año 2000, su plan estratégico para la sociedad de la información. En Estados Unidos, los economistas de las Universidades de Princeton (Fritz Machlup) y Stanford (Marc Porat) ponen de relieve la importancia creciente en la sociedad de la economía de la información. Francia lo hizo en 1976, a través de su presidente Giscard d'Estaing, y Estados Unidos un año después se encarga de los estudios exploratorios acerca del alcance de la informatización de la sociedad y la imbricación de la industria de la informática y las telecomunicaciones. En la década de los años 80 del pasado siglo XX, la administración norteamericana de Clinton y Gore, toma como referencia de su acción estratégica las infraestructuras de la comunicación, denominándolas "Autopistas de la Información". La Unión Europea lo llamará el modelo de la "Sociedad de la Información". En este período la doctrina oficial europea se corresponde con el informe del eurocomisario Bangemann titulado "*Europa y la sociedad global de la información (1994)*", basado en la libre competencia de mercados, la mejora de la competitividad, productividad y desregulación de monopolios.

La "cumbre" de la OCDE de 1995, bajo el liderazgo del Presidente europeo Jacques Delors y del Vicepresidente norteamericano Al Gore, asume como doctrina oficial -para la cooperación internacional- la mejora de la productividad y el libre acceso de los ciudadanos a la información sostenido en el concepto global de "*Society of Information*"

El ideólogo de ese nuevo modelo, que los grandes países occidentales toman como guía de liderazgo de la tecnología globalizada es el "Media Lab" del Massachusetts Institute of Technology de Cambridge (MIT) Estados Unidos, con su director Nicholas Negroponte al frente. Sus ideas y conceptos sobre la digitalización, convergencia, multimedia y globalización pasan al centro de las prioridades estratégicas.

Se entiende a la digitalización como la comprensión técnica de la información para su posterior transmisión mediante la separación del contenido de su soporte analógico. Tanto la idea de globalización, como la de convergencia digital, así como las de sociedad de la información y del conocimiento, extiende sus raíces seculares hasta el espíritu curioso del Renacimiento pero se afianza en el siglo XX en la concepción primero, del planetarismo del jesuita Teilhard de Chardin (1881-1955) y luego, en la metáfora comunicacional de la “aldea global” del canadiense Marshall McLuhan (1911-1980). Es el politólogo Zbigniew Brzezinski, consejero del presidente norteamericano Carter, quien promociona en la década de los años 90 las nociones de sociedad global, convergencia y diplomacia de redes, anticipándose a tres tendencias bien características del actual siglo XXI.

La convergencia digital es el resultado del conjunto de procesos de transformación social, económica, organizativa y cultural provocados por la integración de las tecnologías de la información, la electrónica y las telecomunicaciones. El modelo de la convergencia está presente en la sociedad actual de la información que, incluso, se traslada a nuevos conceptos y acrónimos de nuestro lenguaje como los de *glocal*, *prosumer* o *crousumer*.

La representación híbrida de lo global en lo local se entiende como “*glocal*”, que significa pensar globalmente y actuar localmente o, en términos culturales, la reinterpretación de lo global desde lo local. *Prosumer* y *crousumer* son los acrónimos de productor y consumidor, así como de cruzar y consumidor que representan, respectivamente, la fusión de consumidores y productores a merced de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Y así también *crowdsourcing* (de *crowd*, multitud, y *sourcing*, fuente) se convierte en manantial de conocimiento de las multitudes y de interacción entre las redes de consumidores. El problema es que el significado real de sus concepciones, independiente de sus palabras, es económica y socialmente asimétrico; en Marketing diremos no exactamente equivalente entre los que venden y los que compran. Es la llamada brecha del desarrollo digital, frente a la que se promociona la idea de una sociedad del conocimiento y la comunicación inclusiva que promulga el derecho a saber, conocer, acceder y participar en la toma de decisiones.

Mientras los procesos y práctica sistémicos, apuntan a un momento en la capacidad de control social, la evolución del mundo de la vida apunta al aumento de la participación y el consenso. Mientras en las sociedades pre modernas la regulación del sistema social se asentaba en la religión o la autoridad, en las sociedades modernas el principio de funcionamiento del sistema social es la racionalidad, es decir construcción del sentido de la vida y la realidad que se opera en el campo de la comunicación y la discursividad.

La racionalidad implica la posibilidad de razonar o argumentar sobre las prácticas y los procesos sociales: la Racionalidad es discursividad, es capacidad de argumentación, capacidad de establecer acciones orientadas al entendimiento. La racionalidad comunicativa apunta a un acuerdo razonado posible, busca consensos a través de la argumentación, lo que debe permitir la lucha de intereses colectivos sobre los particulares.

El economista George Akerlof, premio Nobel en 2001, respalda la tesis del Marketing con su teoría de la información asimétrica, en la que define la importancia económica de la información poseída por el emisor (el vendedor, en términos comerciales) y el receptor (el comprador o consumidor).

En la sociedad postmoderna, la tendencia es privilegiar exclusivamente una racionalidad instrumental y dejar a un lado la racionalidad comunicativa: hay un divorcio entre prácticas y normas. La pregunta ya no gira en torno a lo que es justo, sino en torno a lo que es eficiente. Con ello empieza a primar una visión utilitarista extrema: el deber queda ligado al éxito individual.

La necesidad de racionalizar se expresa en la constitución de un régimen democrático que funciona cada vez más como espacios de opinión pública. El poder se presenta de un lado, como la capacidad de decisión de quienes han sido elegidos como representantes, pero de otro lado, como la legitimación de las decisiones de los ciudadanos, es decir, como la aceptación el consenso sobre las decisiones de los gobernantes. En este sentido, la información y la comunicación pasan a ser el punto de regulación del funcionamiento del poder.

1.1.2 LA CULTURA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CAMBIO

Los medios de comunicación cobran mayor importancia en la producción de la cultura ubicando en segundo lugar a la familia, la escuela y la religión. En la sociedad actual la lucha por el poder se define como una lucha por la hegemonía, es decir ganar la sociedad a la cosmovisión y al esquema de valores del bloque dominante y sobre esta base legitimar el monopolio. En este objetivo las instituciones encargadas de producir ideología desempeñan un papel fundamental para formar el consenso y asegurar el control ideológico político, por lo tanto, son en las instituciones donde se genera la posibilidad de un cambio.

En la sociedad moderna diversos campos del conocimiento, como la ciencia y el arte aparecían como parte de la cultura, desvinculados de intereses particulares. Actualmente estos campos entran bajo el dominio ideológico, ligado a intereses particulares de grupos y clases.

Este cambio produce un déficit de legitimación, el discurso ético, religioso y científico han perdido su fuerza normativa y legitimidad siendo sustituido por la acción desde y del Estado a través del poder, y para legitimarlo es necesario controlar la opinión pública, sobre todo a través del control de los mass media y el vaciamiento de la democracia, la participación y la soberanía popular reduciéndola a mero formalismo. Esta situación nos coloca ante una paradoja expresada en la constitución de sistemas políticos y económicos excluyentes y el crecimiento de la pobreza. Por un lado, la revolución científico técnica en los campos de la informática y la comunicación, la cibernética, las ciencias y los materiales colocan a la humanidad en capacidad de guiar su destino, mientras que por otro lado, la vinculación de estos resultados al control de intereses particulares coloca a la humanidad ante riesgos de supervivencia.

1.2. IMPLEMENTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA

El desarrollo tecnológico de la telefonía móvil ha permitido la proliferación del periodismo ciudadano y la aparición del fenómeno MoJo, o Mobile Journalism. La CNN

ha celebrado una mesa redonda sobre la “Tecnología Móvil” y su papel en el periodismo, en el que analizan la aparición del periodismo ciudadano y cómo los teléfonos móviles han cambiado el panorama de las comunicaciones.

Entre los panelistas invitados: Louis Gump (CNN), Ben Hammersley (Wired UK), Alex Wood (Periodista Móvil Independientes), Andy Dickinson (Universidad Central de Lancashire) y Jonathan Hewett (Ciudad Universitaria), advierten que la tecnología móvil se está convirtiendo en una parte esencial del kit de herramientas profesionales que permite contar historias con una mayor inmediatez que nunca.

Los móviles también están cambiando nuestra manera de consumir noticias, permitiendo que las personas en movimiento se mantengan al tanto de las noticias que son importantes para ellos.

No debemos ignorar que cada dueño de un iPod es un potencial “Periodista Ciudadano”, además, en este encuentro la tecnología móvil fue elogiada por animar a la gente a acceder a la información todos los días y con mayor frecuencia, por lo que la revolución móvil no sólo ha favorecido el periodismo ciudadano en particular, sino el periodismo en líneas generales.

La telefonía móvil se ha vuelto omnipresente y por ello contamos con muchos más ojos atentos en todo el mundo a los sucesos de la actualidad. Esto se ha vuelto un factor de cambio fundamental en la nueva sociedad de la información que no debemos ignorar. Sin embargo, los participantes señalan que, aunque cualquier persona puede grabar vídeos y convertirse en periodista ciudadano, es necesario trabajar con precisión para conseguir imágenes de calidad. Para los periodistas, la tecnología móvil es un medio no un fin, es otra herramienta de trabajo, por lo que la información móvil tendrá que coexistir con la información tradicional. De lo que no hay duda es que internet sigue avanzando, y cada vez somos más en todo el mundo, hay más conexiones de banda ancha, cada vez se realizan más actividades en la red, y cada vez las personas confiamos más en este medio, por ello compramos más por este camino, pero alguien seguirá vendiéndonos las cosas que necesitemos.

El futuro inmediato pertenece a las pequeñas y medianas empresas, y cada uno debe decidir si quiere participar de ese pastel ahora, o ver cómo avanza y se consolida sin nosotros.

1.2.1 TELEFONÍA MÓVIL Y RADIO SON NUEVAS FÓRMULAS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA

La revolución de las comunicaciones sigue siendo móvil. La telefonía, vinculada a la radio, así como a los servicios de envío de datos vía SMS y web, ha aportado una alianza fundamental para superar las diferencias económicas de los países en desarrollo, permitiendo mejorar el acceso a la tecnología y la mejora de las comunicaciones a través de la participación de la ciudadanía. Estas son algunas propuestas que nos acerca PBS/ idealab: Voices of Youth, (Voces de la Juventud), una propuesta de la que se habla recientemente en PC, y que ha puesto en marcha un canal de mensajes de texto gratuitos que permite a los jóvenes interactuar a través de la difusión de estos mensajes en un programa semanal de radio en Nepal. Los locutores de radio escogen una pregunta todas las semanas que los oyentes pueden responder mediante SMS.

Leo Burd y el proyecto VoIP-Drupal Project está creando un protocolo de internet para ofrecer a los usuarios de Drupal capacidad, entre otras cosas, para: grabar, enviar y recibir mensajes de audio, crear y administrar grupos de audio, añadir eventos de audio a un calendario compartido y organizar encuestas telefónicas. En la India, la BBC ha comenzado a usar un servicio comercial llamada Bubby que funciona como twitter, pero con audio. Los usuarios pueden cargar pequeñas piezas de audio con este servicio. Cuando un nuevo audio es enviado, los usuarios reciben una notificación vía SMS que les avisa de la llegada de un mensaje.

Como resultado de estos y otros proyectos, PBS/ Idealab, ha publicado un nuevo How-To para periodistas ciudadanos, en el que explican cuestiones útiles sobre: “Grabación de Audio Vía Móvil (y cómo obtener sonido claro en la calle). Incluyen instrucciones

para grabación de audio de alta calidad en cualquier lugar, así como la forma de auto-publicación de contenido de audio en la web.

1.2.2 PERIODISMO CIUDADANO

El periodismo tradicional y ciudadano siguen forjando nuevas alianzas que nos muestran una nueva forma de comunicación más participativa. El Trinity Mirror, el periódico de mayor relevancia de Gran Bretaña, ha decidido forjar nuevas alianzas con los bloggers locales y distintos sitios hiper locales de información comunitaria. Birmingham Mail Communities en colaboración con el Trinity Mirror, han decidido apostar por la información hiper local a través de la creación de 34 secciones hiper locales alojadas en la web del Birmingham Mail, para ofrecer a los lectores noticias e información de su área. Por el momento, más de 25 sitios externos se han inscrito a la iniciativa y han aceptado que su contenido sea utilizado por el correo en versión impresa y en línea con enlaces a sus sitios web.

Los detalles del proyecto se adoptaron después de consultar a un gran número de autoridades en información hiper local como son el ex profesor de la Universidad de Birmingham, Paul Bradshaw, fundador de Help Me Investigate, y Will Perrin fundador de Talk About Local. David Brooks, director del correo de Birmingham, comentaba: esta es una asociación hiper local realmente innovadora y la respuesta que hemos tenido hasta ahora ha sido fantástica. Muchos sitios hiper locales quieren promover su área en Birmingham y estamos seguros de que podemos ayudarles con eso, y al mismo tiempo, desarrollar una relación beneficiosa para ambas partes, que es lo más importante para los residentes de Birmingham.

Dolors Reig, profesora bloguera, consultora especializada en social media, redes sociales y tecnología, nos da su opinión sobre twitter y el periodismo ciudadano, destacando hitos tan importantes como el logrado con el terremoto de Haití. Dolors señala la capacidad de twitter para informar de manera “ubicua, en cualquier momento, en cualquier lugar”.

El potencial es inmenso en tiempo real, es todo aquello que posiblemente los periodistas querían hacer desde hace tiempo pero no podían porque no había medios suficientes. Ante este panorama, Reig enfatiza que el profesional de la comunicación frente al flujo de información que se mueve en twitter, el periodista tendrá que seleccionar qué información es relevante y cuál no, y a su vez contrastarla; tendrá que aprender a conocer internet y a manejarlo incluso mejor que los periodistas ciudadanos. En cualquier caso, el autor recalca que la función del periodista cambia.

Alejandro Piscitelli, filósofo y sociólogo argentino especializado en nuevos medios, habla, en entrevista con PC, del periodismo ciudadano y del “New Generation Content”, manifestando que el contenido generado por el usuario “no sustituirá al profesional, sino que lo complementará”. Destaca el interés de este movimiento en todos los campos, al permitir que individuos con menos posibilidades económicas tengan la oportunidad de comunicar e informar, ya que la tecnología ha favorecido la desaparición de los intermediarios o como él mismo apunta, la “desintermediación de la tecnología”.

El periodismo ciudadano metería una cuña entre lo que es el experto y el lego generando una tercera clase; el periodismo ciudadano sería una especie de pro/am, (profesional amateur) y eso está bien, pues multiplica las voces, genera nuevos nichos de mercado y es muy rico en la diversidad. No obstante, a pesar de todas sus bondades, Piscitelli considera que existe una confusión que queda clara en el mundo de los átomos y no en el mundo de los bits. “En el mundo de los átomos tú no te dejarías operar por la multitud”, comenta en referencia al término “multitudes inteligentes” o “Smart Mobs”, acuñado por Howard Rheingold.

La sabiduría de la multitud no es válida en el mundo de los átomos, por ello defiende la figura es más propia del campo de la ciencia, que del mundo virtual o del ámbito de las humanidades; en cualquier caso, dice, “el periodismo ciudadano no vendría a sustituir al profesional sino que lo complementaría”.

Will Perrin, declara, “el futuro de las noticias y la información local es un lugar donde las personas trabajan juntas”, así que aplaude la iniciativa del Trinity Mirror, de tratar de trabajar con sitios locales.

Según este autor, al principio la relación entre los periódicos y los sitios hiper locales no tuvo un buen comienzo, hubo, en primera instancia, “un montón de codazos y malentendidos, así que se espera que Birmingham pueda mostrar el camino a seguir por todos”.

El Trinity Mirror, en el 2007, fomentó el desarrollo de estos portales con el lanzamiento de Teesside; actualmente cuenta con sitios hiper locales en Londres, Middlesbrough, Northumberland, Coventry y Cardiff.

1.2.3 EL DERECHO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS A LA COMUNICACIÓN

Numerosas comunidades minoritarias han encontrado en el periodismo ciudadano una forma de defender sus derechos y su singularidad cultural. En Chile, Azquintuwe.org, un medio de comunicación ciudadano y miembro de la Agencia Internacional de Prensa Indígena constituye un ejemplo a seguir. Como nos explica en su sitio web Azquintuwe tiene entre sus objetivos la capacitación en temas de comunicación y mejora en el acceso de las comunidades indígenas y organizaciones sociales a los medios masivos de prensa, ya sea como comunicadores independientes o como protagonistas de noticias desde una perspectiva multicultural.

Azquintuwe lleva a cabo un importante esfuerzo por defender los derechos del pueblo mapuche a través de la información concebida como un vehículo para lograr el progreso de la sociedad. Minorías étnicas, como los indígenas mapuches, encuentran en los medios ciudadanos una forma de propiciar el diálogo con el gobierno para evitar que se vulneren sus derechos o para criticar la devastación de los territorios indígenas.

Azquintuwe posee una línea editorial fundamentada en la democracia y el derecho de los pueblos a la comunicación. A través de sus servicios y productos se propicia el pluralismo informativo, la tolerancia de ideas y la solidaridad entre los pueblos, también

considera que la comunicación facilitada por las nuevas tecnologías de la información debe cumplir un rol social.

La Opinon.cl, diario ciudadano del sur austral de Chile, es otro ejemplo de un medio ciudadano que trata de reivindicar los derechos de los mapuches. Patricia Troncoso Robles, más conocida como “La Chepa”, es una de las más relevantes activistas en defensa de la independencia de esta comunidad.

En Brasil, indios pescadores y escolares que viven en lo más profundo de la Amazonía brasileña han empezado a descubrir el mundo desde sus aldeas a través de la red de internet, que ha atravesado la selva para abrir la puerta del conocimiento a millones de excluidos. Los casi 2.5 millones de personas que viven en cientos de pueblos del interior del Estado amazónico de Para, han comenzado a superar las barreras del analfabetismo digital gracias a un plan del Gobierno Regional que desde el 2007 ha tendido unos 2000 kilómetros de cables de fibra óptica en medio de la espesa jungla.

Junto con los cables de fibra óptica tendidos a través de las redes de distribución de electricidad llegaron unos 1600 ordenadores portátiles que han sido instalados en escuelas, locales sindicales y otras dependencias de cerca de un centenar de aldeas y municipios. “Si el Estado no asumía esta tarea, la población habría quedado condenada a la exclusión digital, pues para la empresa privada estos sectores sociales no son los más atractivos”.⁵

1.3. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS TIC's EN EL PAÍS

Para el presente análisis hemos creído conveniente examinar la estructura institucional que gestiona las políticas de telecomunicaciones en el país, en razón de que no existe organismo o instituciones del Estado dedicados a definir e implementar políticas públicas de las TIC's, sino que tales políticas son implementadas y ejecutadas por instituciones creadas para gestionar el tema de las telecomunicaciones en general.

⁵ Diario El Tiempo de la ciudad de Cuenca – Ecuador; lunes 20 de septiembre de 2010.

La estructura institucional de desarrollo del Ecuador, desde la lógica de la planificación en políticas públicas, tiene tres niveles. En un primer nivel superior dedicado a establecer la representación del Estado en las políticas públicas y normas de regulación, se encuentra el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). En un segundo nivel se encuentra la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, dedicado expresamente a la ejecución de las políticas de telecomunicaciones establecidas por CONATEL; y en un tercer nivel dedicado principalmente al control y supervisión de los actores que intervienen en la realización de las actividades de telecomunicaciones se encuentra la Superintendencia de Telecomunicaciones.

El diseño de la estructura institucional tiene una relación jerárquica en términos de planificación, ejecución y control. En materia de política pública de telecomunicaciones, puede ser graficada con la imagen de una espiral que va de la macro planificación al caso concreto o específico; sin embargo, esto no implica que exista una relación interinstitucional de total subordinación en términos jurídico administrativos.

En efecto, aunque por una parte la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones e incluso la Superintendencia de Telecomunicaciones requieren por mandato de la ley, la aprobación o validación del CONATEL para realizar ciertos actos jurídico-administrativos, por otra parte la propia ley las define como organismos que gestionan autónomamente sus competencias. En este sentido, en el último párrafo del artículo 33.4 de la Ley de Telecomunicaciones, se señala: “Régimen de contrataciones, administración financiera y contable y administración de recursos humanos de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones será autónomo”.

En idéntica forma se dispone el último párrafo del artículo 34: “*El régimen de contrataciones, administración financiera y contable y administración de recursos humanos de la Superintendencia de Telecomunicaciones será autónomo*”.

En términos de planificación y gestión pública, en teoría, el diseño de la estructura institucional apunta a canalizar relaciones de coordinación y complementariedad.

En materia de telecomunicaciones, bajo el argumento de que desde la racionalidad técnico administrativa esto optimizaría los niveles de eficiencia y eficacia de la gestión institucional y permitiría simultáneamente mantener la autonomía institucional de cada uno de los entes administrativos, en la práctica este tipo de estructura suele favorecer relaciones verticales y autoritarias de gestión, en nombre de la eficiencia y la eficacia de la gestión pública.

Este relacionamiento institucional autoritario puede efectivamente lograr de forma económica y oportuna la definición e implementación de políticas públicas de gran impacto social, pero también cabe la posibilidad de canalizar sin restricciones reales y con mucha celeridad políticas públicas destinadas a favorecer a grupos específicos de poder económico y/o político. Con estos antecedentes nace la propuesta del gobierno central para democratizar el poder de la comunicación.

La humanidad ha sido testigo de la evolución vertiginosa de la ciencia y la tecnología en todos los campos del saber. La brecha entre países pobres y ricos ya no es lo económico únicamente y las obras de infraestructura, sino el grado de conocimiento y posibilidad de llegar a este. Su acceso requiere transferencia de conocimientos y de inversión en tecnología, la que está secuestrada en los países más desarrollados y con más poder. El internet y el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación constituyen la nueva alternativa para resolver estos problemas. El uso de las TIC's no sólo está considerado como un medio para incrementar la productividad, sino como un instrumento para generar igualdad de oportunidades con el objeto de fomentar la participación ciudadana, a efecto de recrear e impulsar la interculturalidad, revalorizando nuestra diversidad y fortaleciendo nuestra identidad.

En este sentido, la conectividad y telecomunicaciones para la sociedad de la información y el conocimiento propuesto por el Presidente de la República Rafael Correa Delgado, habla de la conectividad total y del impulso al uso de las TIC's, con una renovada visión alejada del mero criterio de infraestructura que sólo serviría para convertir a la población en caja de resonancia del modelo global privatizador, concentrador y consumista. El nuevo enfoque de desarrollo plantea crear incentivos

adecuados para que el Estado y los otros actores generen contenidos congruentes con la transformación del país.

Entonces, infraestructura y contenidos son dos categorías concurrentes, las que deben ser tratadas de forma simultánea. No es lo mismo dotar a una escuela rural andina de internet, si no es posible usar esta herramienta tecnológica para formar a los niños respetando y valorizando su cultura.

En consecuencia, la acción del Estado deberá concentrarse en acciones como: la conectividad, dotación de Hardware y el uso de las TIC's, para ello debe asegurar que la infraestructura para la conectividad cubra todo el territorio nacional, de modo que el acceso a las TIC's estén al alcance de toda la sociedad y de manera equitativa. En la actualidad, el régimen dispone de la decisión política para cambiar el sistema de televisión analógica por digital. En este sentido, grandes pasos se han dado, se anuncia que en un período de no más de 10 años desaparecerá la señal para los televisores analógicos; por otro lado, la telefonía celular tiene un crecimiento permanente y es la mejor forma de llegar a los sectores más apartados.

En materia de telefonía fija e inalámbrica, por primera vez, en más de 50 años, el Ecuador ha revolucionado el concepto de comunicación telefónica a través de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT).

De esta forma el país se plantea como meta de mediano plazo la conectividad total de su territorio para lo que deberá combinar las herramientas posibles (wireles, satélites, fibra óptica) en función de las necesidades de los usuarios y las características geográficas, buscando siempre el balance entre los costos y beneficios de utilizar el instrumento tecnológico más educado para cada caso.

La dotación de conectividad es una competencia concurrente del sector público y privado, pero es responsabilidad ineludible del Estado atender aquellos sectores que presentan poco atractivo para la inversión privada, garantizando de esta manera el ascenso universal progresivo de los ecuatorianos independientemente de su posición

geográfica, condición económica, física, etario, género o de cualquier otro factor excluyente.

Así, el primer gran desafío es encontrar los mecanismos para la ampliación de la cobertura de redes informáticas y la capacitación de los ciudadanos en busca de su aprovechamiento creativo en un contexto de apertura de oportunidades, inclusión e integración social.

En este contexto, la dotación de Hardware a la población es complemento a la conectividad y aspecto determinante para disminuir los niveles de alistamiento digital; es decir, aumentar las capacidades generales para usar efectivamente las TIC's. En este sentido, es necesario considerar dos acciones estratégicas clave. Facilitar el acceso a computadoras a todos los estudiantes del nivel básico y medio, así como dotar de tecnologías de punta a las Juntas Parroquiales Rurales y a las escuelas para convertirlas en catalizadores de los esfuerzos de alistamiento digital, al transformarse en telecentros a disposición de la comunidad.

La conectividad total y disponibilidad de Hardware hacen posible una revolución educativa que permiten trabajar a nivel de cobertura y calidad. Para trabajar y ampliar la cobertura, las TIC's permiten capacitar a distancia e incorporar programas de apoyo y tutoría para disminuir la deserción escolar. Es probable que las TIC's posibiliten dar saltos enormes en relación a la calidad, en un primer momento, a través de la capacitación continua de los maestros y para suplir la falta de material didáctico educativo en sectores remotos, y, en un segundo momento para la introducción y uso de nuevos materiales educativos de calidad desarrollados localmente para la transmisión de saberes desde nuestra propia perspectiva histórica y cultural.

En consecuencia, será vital que el Estado fomente y promueva el desarrollo de Software, plataformas, sistemas, aplicaciones y contenidos que posibiliten a los ciudadanos obtener provecho de las TIC's en función de sus intereses y en el contexto en el que se desenvuelven.

También se hace prioritaria una transformación profunda del Sistema de Educación Superior que facilite la formación de profesionales y académicos para viabilizar el tránsito de una economía “primario exportadora” hacia una “economía terciario exportadora” de “bioconocimientos” y servicios turísticos comunitarios. Entonces, es fundamental acumular “capital intangible” a través de la preparación del talento humano para utilizar, explotar y producir conocimiento evitando así la conformación de “cuellos de botella” que limiten la productividad sistémica. De esta forma, con disponibilidad de talento humano, se haría factible seguir con las etapas propuestas por Kats (2009), para materializar un incremento de la productividad a través de la difusión de las TIC’s.

Primero, la difusión se efectúa entre las compañías que llevan la delantera en la adaptación tecnológica; la segunda que incluye una adopción tecnológica por parte de los actores industriales con altos de transacción o estructura de redes como transporte finanzas y distribución; y, la tercera, en que las TIC’s son adoptadas por aquellos sectores identificados como clave en la economía nacional.

Finalmente, el Estado debe propender el impulso de la investigación y el desarrollo en el sector de las TIC’s para consolidar la transferencia de conocimientos aprovechando el carácter transversal del sector. De esta forma se canalizaría la innovación hacia sectores estratégicos de la economía, donde el valor agregado que proporciona el uso de tecnología implique una cadena infinita de transferencia de conocimiento e innovación.

1.3.1 LAS TIC’s GANAN POPULARIDAD EN EL ECUADOR

Según una encuesta publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la densidad de la telefonía fija está decreciendo mientras que la del celular aumenta. Los datos de la última encuesta del INEC sobre Tecnologías de la Información y Comunicación efectuada en diciembre de 2009, cuyos resultados fueron dados a conocer en abril de 2010, revelan que la telefonía celular llega al 73,7% de los hogares ecuatorianos, mientras que la fija se ubica 38 puntos porcentuales más abajo, es decir llega al 35,6% de familias. La encuesta fue realizada en 21 mil hogares, con 97

mil entrevistados en 579 centros poblados de todo el país. La información fue proporcionada por Byron Villacís, director del INEC.

Jaime Guerrero, ministro de Telecomunicaciones, aseguró que las estadísticas son alentadoras y puso como un ejemplo que hace 10 años había solamente 249 mil personas conectadas a internet, a través de dial up, mientras que en 2009 se registraron 1,6 millones de usuarios, es decir el 11,9% de la población y la mayoría de ellos por banda ancha, lo que refleja un crecimiento del 560% desde 2001.

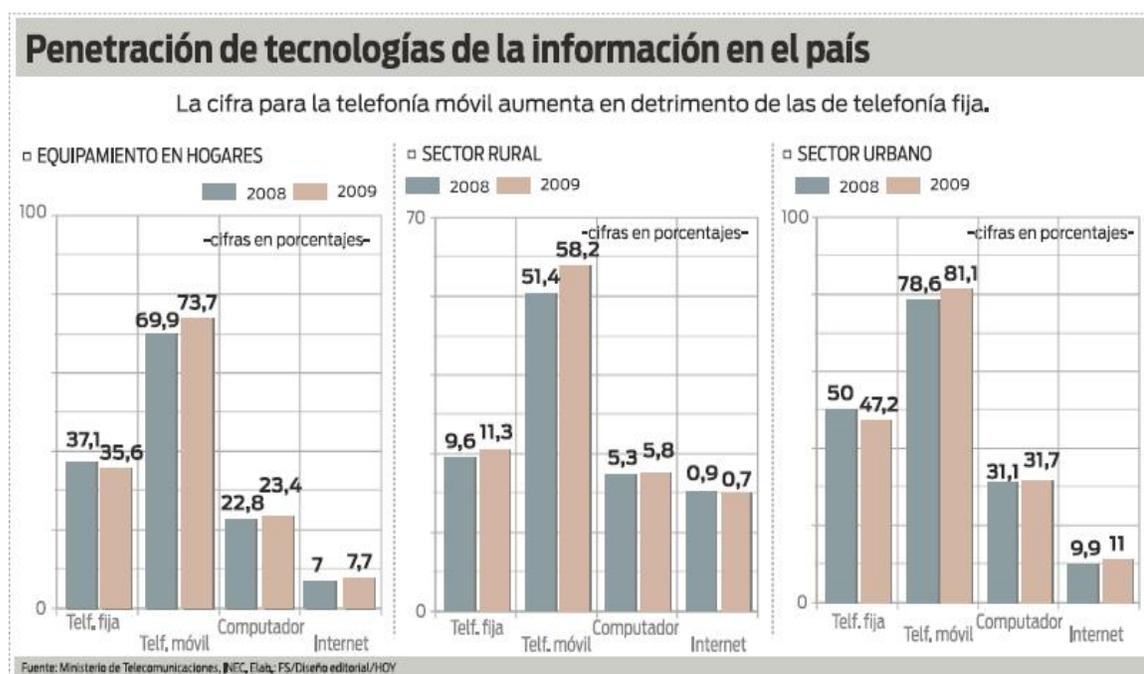
El ministro indica que el Gobierno del Ecuador seguirá apoyando en la implementación de redes e infraestructura, con una inversión de 900 millones de dólares provenientes del presupuesto general del Estado. De ese monto, 400 millones ya fueron invertidos; 300 millones se lo hicieron a través de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones. La autoridad indica que estos recursos estarán destinados a dotar de internet a 9200 instituciones educativas de los sectores rurales y urbanos marginales, meta que se espera cumplir hasta el 2011.

El estudio dejar ver que en el 95% de las provincias del país se registró un aumento en el índice de acceso a internet; no obstante, se nota un decrecimiento en el índice de telefonía fija, debido, según Guerrero, al creciente mercado móvil. El fenómeno se da principalmente en los sectores urbanos, mientras que en el sector rural se nota un considerable crecimiento de la telefonía fija, reflejado por el 2% en el 2009, comparado con el año precedente, hecho que se explica por las entregas y comercialización de líneas que la CNT ha realizado el año pasado.

Por otra parte, el acceso a internet a escala nacional creció un 0,7% en los hogares, mientras que un 0,6% de domicilios adquirió un computador más.

Asimismo, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) dio a conocer que a febrero de 2010 existen 13,7 millones de líneas celulares activadas en el país y 2 millones en telefonía fija. La operadora de telefonía celular con mayor número de clientes es Conecel (Porta), con unos 9,5 millones de clientes; seguida de Otecel (Movistar) con 3,9 millones de usuarios; y Telecsa (Alegro), con 353 mil.

1.3.2 ESTADÍSTICAS DE USO DE TELEFONÍA



6

Roberto Roggiero, de Nueva Red.org, nos presenta un interesante recuento de la historia de las TIC's en el Ecuador, sin dejar de lado el proceso latinoamericano.⁷

A inicios de la década de los 90, Ecuador accedió a la conectividad e internet. Hubo países que se conectaron más tarde que Ecuador pero lograron niveles de cobertura y velocidad más amplios y rápidos que en este país.

Hasta mediados de los 90 no se identificaron iniciativas de las TIC's para el desarrollo en el campo; es decir, que en las comunidades las iniciativas estaban orientadas al uso interno de las organizaciones de la sociedad civil, es recién a partir de la segunda mitad de los 90 que se empiezan a efectuar algunas iniciativas todavía incipientes. El término y modelo de telecentros, apoyado desde el IDRC, desde sus inicios "enfaticaba en la convergencia de servicios". Los telecentros no solamente eran un espacio de

⁶ Publicado el 29/abril/2010 | 00:06 Diario Hoy

⁷ <http://www.telecentros.ec/portal/node/32>.

acceso a internet sino también a la telefonía, y buscaba acercar los servicios de salud, educación, entre otros.

Luego, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO) promovió la radio comunitaria para la difusión de información y facilitación de la comunicación desde zonas a donde no llegaban los telecentros. En América Latina este enfoque no tuvo una gran difusión, fueron las experiencias en África y Asia que implementaron este modelo promovido por la UNESCO. El modelo impulsado por agencias de cooperación multilateral como el Banco Mundial fue el de los Info-centros concebidos como sitios de acceso público, pero sin relación con los procesos comunitarios en su gestión. Muchos mega proyectos como el proyecto argentino de telecentros, “Conectándonos para el futuro” de El Salvador y recientemente el fallido proyecto PROMEC de Ecuador, tuvieron este prototipo.

El arquetipo de las cabinas públicas de la RCP en Perú, era una suerte de franquicia acompañada con un plan de negocios para impulsar telecentros y cibercafés. Hubo una gran difusión de este modelo y a nivel latinoamericano fue un referente importante para el inicio de los telecentros. En el año 1997 Intercom EcuaneX, un proveedor de servicios de internet, fue uno de los primeros puntos de acceso público en el Ecuador, inspirado en el modelo de cabinas públicas en el Perú. El modelo pensado por APC y el IDRC fue un proyecto conjunto entre Ecuador (Intercom EcuaneX) y Colombia (Colnodo). Esta iniciativa buscaba ofrecer una posibilidad de establecer redes a nivel comunitario para promover el desarrollo; mientras que en Colombia era una experiencia urbana, en Ecuador fue una experiencia rural.

El Gobierno ecuatoriano con el objeto de brindar cobertura para las organizaciones indígenas y colonos de la zona norte de la Amazonía, implementó una red que les permitiera tener comunicación, pero hubo una mala selección de la tecnología, a pesar de ello se llegó a incorporar un telecentro en el Frente de Defensa de la Amazonía en Lago Agrio, que consintió la comunicación y la difusión de sus necesidades y denuncias.

En 1999 hubo una primera experiencia de telecentros en la ciudad de Quito, con la Asociación de Barrios del Noroccidente, a través de un proyecto auspiciado por el Comité Ecuménico de Proyectos orientado hacia jóvenes. El objetivo fue permitir la generación de ingresos de las poblaciones urbano marginales. El proyecto duró alrededor de dos años y se discontinuó por problemas políticos al interior de la organización. Uno de los hitos importantes en la historia de los telecentros fue la reunión en Far Hills (Montreal Canadá) desde donde se promovió actividades importantes con los telecentros en Latinoamérica. Fue en esta reunión donde se diseñó el proyecto de “Red de telecentros” para la región, insumo que luego sería la red “Somos Telecentros” que ha tenido una cobertura regional bastante importante con diferentes etapas en su evolución, y sin duda muchas otras iniciativas. Tras este recuento histórico, Valeria Betancourt de APC invitó a los participantes a desarrollar su propio recuento de la historia de los telecentros en su comunidad a través de la metodología el Río de la Vida. El evento continúa a toda marcha y se desarrolla con normalidad; los participantes empiezan a interactuar y no dudamos que éste sea un buen inicio para consolidar sus objetivos.

CAPÍTULO II

ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN A INVESTIGAR

GOBIERNO PROVINCIAL AUTÓNOMO DEL CAÑAR

2.1. TIPO DE ENTIDAD, MISIÓN Y VISIÓN DE LA MISMA

El Gobierno Provincial Autónomo del Cañar es una institución pública, cuya función es trabajar coordinadamente con otras entidades gubernamentales, fundaciones, organizaciones, ONG's, juntas parroquiales y con la comunidad, con la finalidad de atender los principales requerimientos que tienen los pobladores. Actualmente, el Gobierno Provincial tiene ocho competencias, las cuales están establecidas en la Constitución Política de la República del Ecuador de 2008.

Dichas competencias son:

1. Planificar el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial.
2. Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial que no incluya las zonas urbanas.
3. Ejecutar, en coordinación con el gobierno regional, obras en cuencas y micro cuencas.
4. La gestión ambiental provincial.
5. Planificar, construir, operar y mantener sistemas de riego.
6. Fomentar la actividad agropecuaria.
7. Fomentar las actividades productivas provinciales.
8. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

No obstante, las administraciones anteriores que estaban regidas por otras normativas también se enfocaban en aspectos puntuales, tales como la atención vial; combate a la pobreza y el mejoramiento del nivel de vida su pueblo. Para ello ha emprendido una acción permanente en la generación de iniciativas y la consecución de recursos que le permitan alcanzar los objetivos trazados.

Otros ejes a los que estuvieron orientados:

1. Alianzas para el desarrollo local.
2. Lograr la enseñanza básica universal.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de las mujeres.
4. Reducir la mortalidad en la niñez.
5. Mejorar la salud materna.
6. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
7. Garantizar la sostenibilidad del ambiente.
8. Atender con programas y proyectos sociales a los grupos más vulnerables de la provincia.
9. Apoyar en los ámbitos de la salud y educación.

Además, el Gobierno Provincial a través de la Ley Orgánica de Régimen Provincial tiene entre sus atribuciones y deberes el de dictar ordenanzas, acuerdos y resoluciones para la buena organización administrativa y económica de los servicios provinciales que le incumben y que se proponga realizar, así como los reglamentos necesarios para su funcionamiento interno.

La entidad provincial se orienta a desarrollar las capacidades locales para generar conocimientos de la realidad provincial y sus recursos, así como una cultura administrativa, empresarial y societaria. Enfatiza en la adecuación del marco legal necesario, la coordinación y responsabilidad en el manejo y preservación de los recursos naturales, potencia los recursos humanos en su gestionar a nivel local, provincial, nacional, e internacional, para alcanzar el desarrollo armónico de la provincia en la perspectiva de dar bienestar y calidad de vida a sus habitantes.

VISIÓN

Constituirse hasta el 2014, en una provincia integrada, con administración descentralizada y eficiente, que practica valores éticos, con desarrollo social, económico y cultural sustentables y sostenibles, y con servicios de calidad.

MISIÓN

Promover el desarrollo económico, social, intercultural, tecnológico e institucional y sostenible en la provincia del Cañar.

2.1.2 OBJETIVOS

El Gobierno Provincial Autónomo del Cañar, es una institución de carácter pública encargada de propender a la consecución de los siguientes objetivos:

- Lograr una provincia sana, recuperando la calidad ambiental de la misma.
- Establecer el manejo sustentable y sostenible de sus recursos naturales con la participación de la ciudadanía.
- Concertar la organización de una provincia ordenada territorialmente.
- Alcanzar la mayor cobertura de los servicios básicos de infraestructura, transporte y comunicaciones.
- Convertir a la provincia en potencia agropecuaria, agroforestal, con sustento ecológico y alta productividad.
- Proyectar a la provincia del Cañar como uno de los principales centros turísticos del país.
- Organizar un sólido sistema empresarial con recursos humanos altamente calificados.
- Alcanzar sistemas de vida saludable con una cobertura integrada de las instituciones de salud pública y con participación comunitaria.
- Fomentar el desarrollo de la investigación científica y tecnológica, mejorando la cobertura y calidad de la educación en todos los niveles.
- Favorecer la preservación y conocimiento del patrimonio cultural de la provincia.

- Alcanzar un mayor desarrollo deportivo.
- Brindar atención efectiva a los grupos vulnerables para que mejoren sus condiciones de vida.
- Propiciar la coordinación e integración de competencias en las instituciones públicas, en la vía de organizar un solo gobierno provincial.
- Lograr una mayor presencia en el desarrollo regional.
- Garantizar la seguridad ciudadana y el respeto a los derechos humanos.
- Generar una democracia participativa.

2.2. HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN. A QUIÉN ESTA DIRIGIDA. QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN REALIZA

RESEÑA HISTÓRICA

Estamos seguros que, la presión del pueblo y la imperiosa necesidad de ordenar de mejor manera la administración en nuestra jurisdicción, hizo que el gobierno de aquel entonces decidiera la conformación del Consejo Provincial del Cañar, para cuyo efecto y bajo la presidencia del Comandante Luis E. Quintanilla, que se desempeñaba como Gobernador de la provincia, se reúnen el 25 de noviembre de 1929, los siguientes ciudadanos: doctores, Rafael Aguilar, Manuel Muñoz Cordero y Clodoveo Dávila C. y el señor Rafael María García, con el objeto de instalar oficialmente lo que hoy es la Honorable Corporación. Le correspondió al señor Gobernador instalar la sesión constitutiva, que se conformó de acuerdo a lo prescrito en el artículo octavo del Decreto Ejecutivo de 30 de septiembre del mismo año (1929).

Cumplidos los requisitos para la sesión, se procede a la elección de: Presidente, Vicepresidente, Secretario, Amanuenses y portero. Los asistentes, mediante voto nominal, eligen las siguientes dignidades: como Presidente al Dr. Rafael Aguilar; Vicepresidente es nominado el Dr. Clodoveo Dávila C.; Para Secretario se designa al Dr. Vicente Aurelio Crespo; Amanuenses, en su orden: señores Eduardo López y José Rodas; se designa como portero al señor Enrique Vintimilla. En el mismo acto, los ciudadanos mencionados y nominados como funcionarios presentan la promesa legal

ante el señor Gobernador y se comprometen a cumplir de mejor manera las funciones a ellos encomendadas. Así concluye la Sesión Inaugural del Consejo Provincial del Cañar.

En la práctica, la Corporación inicia sus actividades en la sesión que se efectúa el 25 de noviembre del mencionado año (1929) a las dos de la tarde; es obvio que por la falta de local propio esta nueva reunión se efectuó también en la misma Gobernación. Advertimos que esta primera sesión ya la preside el titular del organismo Dr. Rafael Aguilar y asisten como Vocales, los doctores Clodoveo Dávila C. (Vicepresidente) y Manuel Muñoz Cordero; también el señor Rafael María García y el Secretario Dr. Vicente Aurelio Crespo. De conformidad al acta correspondiente, podemos señalar que aún en ese entonces no se les asignaba la condición de consejeros que la tienen en la actualidad.

Como nota importante, señalamos la estrictez y disciplina que se imponía en la naciente entidad: por ejemplo, ante justificación mediante oficio, presentada por el Vocal Dr. Belizario Rodas, quien aduce imposibilidad de servir en el cargo para el que fue designado; el Consejo resuelve contestar a la comunicación, conminándole para que al "término de la distancia" (vale decir, inmediatamente) justifique las razones suficientes y fáciles de comprobar como excusa legal para la negativa de cumplir la misión para la que el Dr. Rodas fue nominado, so pena de aplicarse las sanciones establecidas en el Código Penal vigente en la época.

Otro dato importante de esa primera sesión, es la designación de la Comisión Especial, para que de inmediato proceda a la elaboración del Reglamento Interno al que debe sujetarse la Corporación; dicha comisión se integró con el Dr. Clodoveo Dávila y señor Rafael García, además el Secretario de la naciente entidad.

Indicamos al inicio de esta narración que los miembros del Consejo eran nombrados como Vocales, sin embargo, en el acta de esa primera sesión, ya se les cambia la designación a consejeros.

En la tercera sesión de la Corporación Provincial, se considera como excusa la comunicación del Dr. Belizario Rodas y consiguientemente, por moción del Consejero Dávila es aceptada por el pleno del organismo y se le asciende como titular al Vocal suplente, señor Carlos Jaramillo. Este cambio se lo hace de conformidad a lo establecido en el artículo 62 de la Ley de Elecciones.

Otro dato importante en la vida político- administrativa de nuestra provincia, es aquel que menciona la conformación de las Juntas Parroquiales y las comisiones de: Inspección y Elecciones. Lo que más llama la atención es, la acuciosidad con la que actúa la Corporación, pues debemos advertir que apenas en su tercera sesión ya conforman las Juntas Parroquiales de los cantones Azogues y Cañar; se nota que para dicha conformación se escogieron a los hombres y mujeres más representativos de cada una de las parroquias de la jurisdicción provincial.

Algo que llama mucho la atención, es la resolución que adopta el H. Consejo, relacionada con la fijación del salario mensual del señor Secretario de la entidad en cien sucres, cuando en aquella época nuestra moneda, si no estamos equivocados, se cotizaba a dos por un dólar, lo que significa que dicho funcionario percibía un sueldo igual o superior al que muchos empleados y trabajadores del país reciben en la actualidad.

El Consejo Provincial, en fecha noviembre 29 de 1929; es decir en su cuarta sesión, entre otras cosas procede a efectuar los escrutinios de los eventos eleccionarios, realizados los días 3 y 4 del mismo mes para designar concejales del cantón Azogues. Se hace mención que los paquetes que contienen los votos, están debidamente sellados y lacrados como manda la ley, y como muestra de honestidad de los miembros de las Juntas Receptoras del Voto. Luego del conteo respectivo y la proclamación de resultados, el Concejo Municipal de Azogues se integra de la siguiente manera: Concejales, en orden del uno al séptimo, Juan Manuel Moscoso, Virgilio Loyola, Luis Pozo T., Vicente Carrasco, Rosendo Rojas, Adolfo Alvear y Luis Ortega. Se menciona una singular coincidencia en los resultados de la votación de tres aspirantes a concejal. Adolfo Alvear, Vicente Carrasco y Rosendo Rojas con 716 votos cada uno; se apeló

entonces al sorteo correspondiente que dio los resultados antes señalados. Algo que se merece destacar es, que como concejal suplente fue electa la señorita Celia Ana Torres, por lo que podemos pensar que se trata de la primera mujer en la historia política del cantón Azogues designada como edil. En la misma sesión se llevó a cabo el escrutinio para concejales del cantón Cañar.

Es digno de citar, de acuerdo a las actas, que las Juntas Parroquiales de aquella época cumplían sus funciones en los campos de: inscripciones y elecciones, que consistían en abrir y mantener registros de los campesinos para que puedan participar en los procesos electorales.

Otra cosa que nos llama poderosamente la atención, es la potestad que tenía el Consejo Provincial para elegir Senadores provinciales; es así que, en sesión del 15 de diciembre de 1929, convocada para el efecto, mediante votación secreta, es electo Senador provincial principal el Dr. Andrés F. Córdova, con 4 votos; y en calidad de suplentes los doctores: Ambrosio Andrade y Julio Tobías Torres. En cambio para Diputados, la elección se realizaba con la participación ciudadana, tanto es así que, en sesión de fecha 22 de diciembre del mismo año 1929, el Consejo procede al escrutinio de las elecciones efectuadas en la parroquia central y en todas las parroquias rurales de los cantones Azogues y Cañar, y que arrojan los siguientes resultados: Dr. Rafael Aguilar, un mil noventa y cuatro votos, nótese que el mismo Presidente del Consejo se ha postulado a la diputación; al igual que el consejero Clodoveo Dávila que obtiene 939 sufragios; el Dr. Rosendo López 827; Dr. Virgilio Loyola 436; Dr. Manuel Muñoz Cordero 223; Dr. Octavio Muñoz B. 222; Dr. Juan Manuel Moscoso V. 16; Dr. Luis Neira 16 y Dr. Januario Palacios 5 votos. En consecuencia y de acuerdo al artículo 72 de la Ley de Elecciones, el Consejo declaró legalmente electo como Diputado de la provincia del Cañar al Dr. Rafael Aguilar, que como se dijo, era también el Presidente de la Corporación Provincial; se colige que no existía prohibición alguna para que un mismo ciudadano pueda ser: Presidente del Consejo y a la vez Presidente del Tribunal Electoral y candidato a Diputado; en la práctica eran juez y parte. Estos los datos más importantes de la constitución y primeros pasos del H. Consejo Provincial del Cañar. Su primer Presidente ejerce funciones desde el 25 de noviembre de 1929 hasta el 2 de

julio de 1930, 8 meses más o menos; es reemplazado, luego de elección reglamentaria, por el Dr. Clodoveo Dávila y como Vicepresidente se designa al señor Rafael María García, mientras de Secretario sigue actuando el Dr. Aurelio Crespo.

Lo curioso del caso es, que el Dr. Dávila conduce la sesión del 2 de julio como nuevo Presidente, sin embargo en la siguiente sesión de fecha 15 del mismo mes y año, renuncia a la dignidad con el justificativo de tener que viajar a la capital de la República en calidad de Diputado electo en meses anteriores; igual situación afronta el anterior Presidente Dr. Aguilar al presentar su renuncia; en consecuencia, el Consejo en esa misma sesión y con voto secreto nombra al nuevo Presidente en la persona del Dr. Manuel Muñoz Cordero. Debemos remarcar que los electos diputados, de ninguna manera renunciaron a su consejería, sino más bien solicitaron la licencia correspondiente por el período de sesiones del Congreso y poder retomar a la función de consejero luego del mismo. Dichos pedidos fueron aceptados por el Pleno del Consejo Provincial, Para llenar las vacantes de los vocales (consejeros) se designa a los señores Miguel Vintimilla y Carlos Samuel Abad.

2.2.1 PRESIDENTES Y PREFECTOS DEL H. CONSEJO PROVINCIAL

En su orden:

PRESIDENTES

- Dr. Manuel Muñoz Cordero
- Sr. Carlos Samuel Abad
- Comandante Flavio Muñoz Zamora
- Dr. Octavio Muñoz Borrero
- Dr. Vicente Aurelio Crespo
- Dr. Carlos Aguilar Vázquez
- Sr. Vicente Cordero Estrella
- Dr. Homero Castanier Crespo
- Dr. Carlos González Bravo
- Dr. Emilio Abad Peña
- Sr. Guillermo Domínguez Tapia
- Dr. Luís Manuel González Rodas

PREFECTOS

- Dr. Rómulo Romo Sacoto
- Sr. Alfredo Vintimilla Calderón
- Sr. Luis Castanier Crespo
- Dr. Rodrigo Serrano Bravo
- Lcdo. Macario Zea Zamora
- Dr. Virgilio Saquicela Toledo
- Sr. Iván Castanier Crespo
- Ing. Diego Ormaza Andrade
- Dr. Santiago Correa Padrón

Fundación 25 de noviembre de 1929.

2.2.2 A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDA

El Consejo Provincial del Cañar dirige sus esfuerzos principalmente al servicio de la colectividad en general, con énfasis a las zonas rurales de su jurisdicción, el mismo que tiene que ser de manera dinámica y eficaz; y, de conformidad a lo que establece la Constitución Política de la República aprobada en septiembre de 2008.

En este sentido, la Constitución de la República establece atender con prioridad a los sectores campesinos, indígenas y en sí al sector rural, pero la institución maneja otros planes de forma mancomunada para atender a zonas que no son de su competencia.

2.2.3 QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN REALIZA

El tipo de comunicación que se desarrolla en esta institución pública es interna y externa; directa e indirecta. Es decir, tanto para llegar a los públicos externos (ciudadanía en general) y público interno (funcionarios de la entidad) lo hacen de forma directa o con intermediarios, pero el objetivo es llegar a los públicos con el mensaje.

De acuerdo a la investigación efectuada, no tienen definido un plan de comunicación interna, peor aún de comunicación externa. Según el jefe de Comunicación y Protocolo, “no saben cómo funciona, ni siquiera que existe comunicación interna. La comunicación no es planificada, considerando que ésta es una herramienta de las relaciones públicas”.

Considera que, para que la entidad logre un buen posicionamiento, consiga la credibilidad y confianza de su público, es necesaria una verdadera política de comunicación, aspecto que no hay. Incluso, en muchas ocasiones, la información que generan no se difunde a los públicos estratégicos, sino a otros, y a consecuencia de ello empiezan las críticas, porque para ellos el establecimiento no atiende sus requerimientos.

No obstante, en la comunicación interna que practican, la comunicación se da según el rango jerárquico (horizontal, vertical o mixto), según quien tome la iniciativa (ascendente

o descendente), según la intencionalidad del comunicado (formal o informal), y según el tipo de mensaje (informativo, normativo, motivacional o de pertenencia).

En tanto que en la comunicación externa, dependiendo a quién se dirija, utilizan varias estrategias. Por ejemplo, si se van a dirigir a la colectividad realizan ferias, exposiciones, reciben delegaciones o comitivas que expongan sus necesidades u otras actividades públicas de promoción colectiva. Si es para dirigirse a los medios de comunicación lo hacen de forma directa, a través de boletines de prensa, convocatorias a ruedas y conferencias de prensa.

Ahora también se está incorporando el uso de la web, en la que colocan temas de gran relevancia para la entidad sobre su gestión, información que puede ser conocida en distintas partes del mundo.

Según Javier Ruilova, jefe de la Sección de Comunicación y Protocolo, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) son herramientas muy útiles cuando se sabe manejar para aprovechar las ventajas que éstas brindan. Las técnicas digitales son las más innovadores porque llegan a un sin número de personas y públicos de manera inmediata, disminuye los costos y espacios de distancia y tiempo.

Destaca que una plataforma virtual prácticamente es completa, porque combina gráficos, sonidos, imágenes y texto; consiste en un medio de presentación, promoción, y, dependiendo el objetivo de la institución u organización, vende productos o servicios. Además, tiene la habilidad de segmentar y democratizar la información para una variedad de públicos.

Aunque está consciente de la utilidad de las TIC's en su conjunto, porque permiten una comunicación directa de mensajes, eliminando algunos intermediarios; la comunicación bidireccional entre usuarios con la organización, esta herramienta no se aprovecha a profundidad por diversas causas, entre ellas: falta de interés del personal de los distintos departamentos porque están acostumbrados a trabajar con los métodos tradicionales; escaso conocimiento sobre las TIC's.

“En la medida que puedo, porque soy solo en esta Sección de Comunicación, trato de utilizar algunas herramientas tecnológicas y aprovechar las bondades que brinda. En nuestro medio aún no damos el crédito que se merecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Aún sigue habiendo criterios que somos una institución y provincia pequeña, y por ello debemos manejarnos como siempre se ha hecho, aunque de alguna forma, en los últimos meses se está tratando de innovar e incorporar nuevas tácticas para la comunicación interna, a través de las intranets”.

2.3. CÓMO SE ENCUENTRA ESTRUCTURADO EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN SELECCIONADA

En el Gobierno Provincial Autónomo del Cañar no existe un departamento de Comunicación, sino una sección que se desprende del departamento de Secretaría General (a 1, organigrama institucional), que fue creada el 18 de diciembre de 1997.

Esta sección tiene como:

Misión: Mantener plenamente informado y comunicado a los públicos internos y externos de la entidad, mediante información veraz, oportuna, noticiosa y relevante.

Visión: Una dirección comprometida con el desarrollo institucional, responsable, capaz de afrontar los retos del futuro, que ofrece servicios de calidad para establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

En la Sección de Comunicación durante 13 años ha estado al frente una sola persona; pero en los primeros meses de este año 2010 existió la predisposición de contratar tres personas de apoyo; de dos, dicho contrato fue por siete meses. Las dos profesionales fueron del área de Ciencias de la Información. El otro ciudadano que aún trabaja en la Sección de Comunicación se dedica a la edición de videos y audios, y un poco a diseñar la revista institucional de forma empírica, puesto que por falta de equipo

multidisciplinario, en ocasiones pagan a otra empresa para que diseñe o no publican la revista.

Asimismo, en esta sección se observa un crecimiento en lo que tiene que ver con recursos materiales y tecnológicos. Desde su funcionamiento, año tras año se ha conseguido la adquisición de cámaras, computadores, equipos básicos en general (a 2, equipos de comunicación). No obstante, lo que es indispensable crear es una Dirección de Comunicación con las respectivas unidades y jefaturas, que esté integrado por un equipo multidisciplinario para darle verdadero sentido al trabajo de comunicación.

En este contexto, en esta administración se tiene proyectado crear dicha Dirección, con el propósito de dar verdadera importancia a la comunicación. Según el prefecto del Cañar, Santiago Correa, paulatinamente pretenden incorporar más recurso humano en esta sección, para en un futuro “quizá no muy lejano” y dependiendo de la asignación presupuestaria, contar con una Dirección de Comunicación bien constituida, con los equipos tecnológicos adecuados y personal preparado para ejecutar una comunicación planificada, estratégica, sobre todo tener un plan y políticas de comunicación que posibiliten a la institución reflejar la labor que desempeña y conseguir un buen posicionamiento.

CAPÍTULO III

USO DE LAS TIC's EN LA ORGANIZACIÓN SELECCIONADA

ANTECEDENTE

Las TIC's conforman el conjunto de recursos necesarios que permiten elaborar información para almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones.

Se pueden considerar las Tecnologías de Información y Comunicación como un concepto dinámico. Por ejemplo, en su debido momento, el teléfono y la televisión podrían ser considerados una nueva tecnología según las definiciones actuales. No obstante, esto hoy no se pondría en una lista de TIC's y es muy posible que actualmente los ordenadores ya no puedan ser calificados de nuevas tecnologías. A pesar de esto, en un concepto amplio, se puede considerar que el teléfono, la televisión y el ordenador forman parte de lo que se llama las TIC's, tecnologías que favorecen la comunicación y el intercambio de información en el mundo actual.

Después de la invención de la escritura, los primeros pasos hacia una sociedad de la información estuvieron marcados por el telégrafo eléctrico, después el teléfono y la radiotelefonía, la televisión e internet accesible gracias a los ISPs. La telefonía móvil y el GPS han asociado la imagen al texto y a la palabra «sin cables», internet y la televisión son accesibles en el teléfono móvil que es también una máquina de hacer fotos.

Los usos de las TIC's no paran de crecer y de extenderse, sobre todo en los países ricos, con el riesgo de acentuar localmente la brecha digital y social, y la diferencia entre

generaciones. Las TIC's tienden a tomar un lugar creciente en la vida humana y el funcionamiento de las sociedades.

Después de las eras de los telégrafos, televisión, radio y otros medios que eran utilizados para la comunicación, apareció el internet pensada para comunicar los diferentes organismos del país. Sus principios básicos eran: ser una red descentralizada con múltiples caminos entre dos puntos, y que los mensajes estuvieran divididos en partes que serían enviados por caminos diferentes. La presencia de diversas universidades e institutos en el desarrollo del proyecto hizo que se fueran encontrando más posibilidades de intercambiar información. Se crearon los correos electrónicos, los servicios de mensajería y las páginas web.

También están consideradas dentro de las TIC's, aunque haya transcurrido su ciclo, pero que de alguna forma tratan de estar al día con la tecnología de punta la telefonía fija, telefonía móvil, redes de televisión, banda ancha, ordenador personal, navegador de internet, televisor, radio, reproductores portátiles de audio y vídeo, consolas de juego, entre otros.

Las TIC's pueden estar vinculadas a todos los ámbitos en que se desarrolla el hombre, especialmente en los entornos estudiantiles, laborales, institucionales y empresariales.

HISTORIA SOBRE LA INCORPORACIÓN DE COMPUTADORES Y ACCESO A INTERNET EN EL GOBIERNO PROVINCIAL

Desde su fundación, 25 de noviembre de 1929, el Gobierno Provincial del Cañar, en la medida de sus posibilidades, paulatinamente ha ido equipando la institución, tanto en dispositivos técnicos como en recurso humano. En la última década, la utilización de los ordenadores y, a su vez, el internet es notoria. Actualmente la institución posee 92 computadores, todos enlazados a la misma red, que incluye un plotter. De los 92 ordenadores, cuatro son macintosh y el resto PC; tiene cinco servidores con un ancho de banda de tres megas, "cantidad suficiente", según Fabricio García, funcionario de la Sección de Informática, para abastecer del servicio al personal de la entidad.

El suministro de internet para el prefecto, la vice prefecta y los directores departamentales es permanente; mientras que para los demás funcionarios es restringido, tienen que solicitar a la Sección de Informática que les habilite el internet, indicar qué uso van a dar y por cuánto tiempo para que le asigne un determinado ancho de banda. La utilización del internet es netamente institucional, es decir con temas y organismos vinculados con la entidad, a excepción de la Sección de Comunicación porque tiene enlaces en ciertas redes sociales; está prohibido ingresar a bitácoras como facebook, hi5, twitter, etc.

El Gobierno Provincial incorporó el internet dial up como instrumento de trabajo hace cinco años, proveído del entonces Pacifictel; en los dos últimos años tienen banda ancha “seaute”, pero en estos 10 meses la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) suministra el servicio.

En el personal de la entidad hay cierto desconocimiento sobre las funcionalidades de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación; no hay una capacitación permanente para mantenerlos al día en los temas informáticos, únicamente se les instruye una vez, cuando incorporan un nuevo servidor.

3.1 CÓMO ES LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN SELECCIONADA

El proceso de comunicación en el Gobierno Provincial no obedece a una planificación técnicamente estructurada que responda a los fines institucionales, que se definen en desarrollo integral sostenido de las comunidades asentadas en el territorio de la provincia del Cañar.

En sí no hay políticas de comunicación interna ni externa, están sujetas a decisiones y disposiciones de su máxima autoridad, en este caso el prefecto, quien no tiene asesoramiento de ningún profesional en Relaciones Públicas o Comunicación Social.

La planificación es un proceso que conlleva a conseguir una comunicación excelente. “Es la comunicación que es administrada estratégicamente, que alcanza sus objetivos y

mantiene el balance entre las necesidades de la organización y de sus públicos objetivo, por medio de una comunicación simétrica de dos vías”.⁸

Según el jefe de la Sección de Comunicación y Protocolo, Javier Ruilova, las decisiones concernientes al modelo de comunicación institucional las toma directamente el prefecto, bajo su absoluto criterio. Proceso que se aleja del concepto de una comunicación integral participativa e incluyente.

Ruilova puntualiza que el actual proceso de comunicación que lleva adelante la institución no contribuye a conseguir los objetivos comunicacionales, porque no existen políticas establecidas. En este sentido, hay que recalcar que la comunicación interna se enmarca en las acciones generales de comunicación de la organización y debe estar definida por los objetivos generales fijados y desarrollarse según la estrategia y el plan definido para conseguirlo.

El funcionario indicó, además, que la Sección no cuenta con presupuesto fijo, siendo necesario adaptarse a las circunstancias del momento.

Esta falta de conciencia acerca de la trascendencia y del rol que juegan los procesos de comunicación para la consecución de los objetivos institucionales, hace que la Sección de Comunicación pierda su relevancia dentro de la entidad.

No obstante, aunque no tengan una política establecida, la comunicación en la organización es circular, porque hay interacción entre emisor y receptor. El proceso de comunicación no finaliza con la recepción sino que ésta provoca un mensaje de respuesta.

Pero, sería muy significativo que el Gobierno Provincial empiece a desarrollar un plan definido y estructurado para los clientes, considerando que el principal cliente de la empresa es el interno, es decir, las personas que trabajan ahí, a fin de que tengan claro cuál es la filosofía de la institución. Con ello podrían avanzar en la línea de

⁸ Grunig (1992). Comunicación Corporativa. Responsabilidad Social. Pág. 42

responsabilidad social, a través de la elaboración de memorias de sostenibilidad, códigos de conducta o códigos éticos.

3.2. QUÉ HERRAMIENTAS WEB 2.0 UTILIZA LA ORGANIZACIÓN, INCLUYENDO EL POR QUÉ, LA FRECUENCIA EN SU USO, LOS OBJETIVOS POR LOS QUE FUERON IMPLEMENTADOS, PÚBLICO META

Partiendo que las herramientas Web 2.0 facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario, el interactuar con otros cibernautas y no únicamente se limitan a la visualización pasiva de información que se les proporciona en la red, éstas no se utilizan con mayor frecuencia en el Gobierno Provincial.

Actualmente, las herramientas tecnológicas de información utilizadas se basa principalmente en e-mails y en la red de internet, en esta última la entidad tiene levantada su página web www.hcpcanar.gov.ec. Estos espacios electrónicos procuran solventar la demanda de información de cibernautas que, desde cualquier parte del mundo, investigan sobre la provincia, así como las actividades que el Gobierno Provincial las ejecuta.

En menor escala son utilizadas las conferencias virtuales y las redes sociales: flickr, youtube, blog, slideshare, twitter, myspace, donde igualmente se proyecta información institucional.

Estas bitácoras son alimentadas muy de vez en cuando, una de las razones es la falta de profesionales en la rama. Para Ruilova, la aplicación de la Web 2.0 reemplaza las diligencias de escritorios. Es la nueva forma de aprovechar la red, permitiendo la participación activa de los usuarios, a través de opciones que le da 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 utiliza formatos modernos que posibilitan más funciones.

El funcionario, quien está consciente de la relevancia del uso de la Web 2.0 porque con los nuevos medios digitales se deja atrás la era de la información para adentrarse a la época de la participación, indica que en la organización no hay mayor interés por aplicar las TIC's, debido a la débil cobertura del servicio de internet en la provincia, situación que provoca un escaso número de usuarios, con lo que se acentúa el desinterés.

La creación de la página web institucional se la realizó hace dos años, en tanto que el enlace a las páginas electrónicas flickr, youtube, blog, slideshare, twitter, myspace ocurrió hace un año.

Por falta de colaboración y visión de los directores departamentales y resto de funcionarios, únicamente se enfocan en subir a la página web información vinculada a las actividades que ejecuta el Gobierno Provincial; de forma escueta existe referencias concernientes a la historia, turismo, mapa del sitio; en tanto que, los enlaces al plan de desarrollo, cultura, proyectos, entre otros links, estando a disposición no son aprovechados, sabiendo que estas páginas son dinámicas, integran recursos multimedia como videos, sonidos que se pueden compartir.

En el período comprendido entre enero y junio de 2010, el aprovechamiento de la página web no refleja resultados favorables, en razón de que la información se actualizó dos veces al mes; mientras que en flickr, youtube, blog, slideshare, twitter, una vez al mes, y en myspace la intervención fue nula.

A decir del jefe de la Sección de Comunicación, la incorporación de herramientas on line se suceden tras un proceso de modernización impuesto por el auge de las nuevas tecnologías, que provocaron el cambio en el uso de los medios tradicionales; en este sentido, se considera fundamental desarrollar procesos de capacitación constante.

La institución, desde el 2004 cuenta con la Sección de Informática, dependiente de la Dirección Técnica Administrativa, cuya misión es administrar la red informática institucional, con el objeto de brindar asistencia técnica y oportuna en el manejo y solución de problemas.

Diana Amoroso, jefe de la Sección de Informática, explica que al ser un área técnica con frecuencia utilizan herramientas de tecnología e información como: la base de datos, internet, Software para trámite de documentos. Subraya además que las TIC's constituyen una ventaja para conseguir los objetivos institucionales.

La funcionaria sugiere la implementación de eventos de capacitación que permitan aprovechar a plenitud las ventajas de las TIC's, para ello plantea actualizar la página web de la entidad mediante un trabajo conjunto con la Sección de Comunicación; sin embargo, esto no se cumple.

No obstante, en las áreas técnicas, como son las direcciones de Obras Públicas y Planificación, en lo que va del presente año, en sus trabajos habituales se ha incorporado el Sistema de Posicionamiento Global (GPS).

Alfredo Coronel, director del departamento de Obras Públicas, indica que en el primer semestre de 2010 el GPS navegador fue la herramienta más utilizada por los técnicos, toda vez que les permite georeferenciar puntos clave de interés provincial, como son vías, zonas críticas o inestables, muros de contención, edificación de puentes y obras en general.

Los públicos meta de la Corporación Provincial constituyen las comunidades asentadas en las zonas rurales del Cañar, para llegar a ellos aplican alternativas de comunicación como la telefonía móvil y la telefonía fija inalámbrica, puesto que la utilización de las herramientas Web 2.0 no son la mejor opción para estos sectores a excepción de los correos electrónicos.

Asimismo, las telecomunicaciones con el propósito de democratizar el uso de las herramientas tecnológicas han incorporado a sus artefactos, modernos dispositivos electrónicos, que facilita la interacción con aquellos habitantes que no disponen de acceso a internet y servicios on-line.

Si en el período de enero a junio de 2010, el Gobierno Provincial del Cañar utilizó en mayor escala el fax, superando considerablemente a la Web 2.0, ello no significa que

se dejó de emplear los comunicados tradicionales a través de oficios, circulares, memorandos y otros escritos.

Una de las aspiraciones de la entidad es la ampliación de la cobertura del servicio de internet, especialmente en las zonas rurales, con el propósito de dar mayor funcionalidad a las herramientas Web 2.0.

Sin embargo, es de recordar, en la provincia del Cañar la utilización de las herramientas Web 2.0 es en un nivel bajo; lo que más se utiliza son los correos electrónicos y los insumos básicos de una página web institucional, sea pública o privada.

Es muy poco lo que se conoce sobre la Web 2.0, y quienes lo conocen, en las empresas para las que laboran no ponen en práctica, debido a que la concepción de la gente está enraizada, no hay la decisión de asumir un cambio para ir a la par con la tecnología. Se detecta un cierto temor a asumir una transformación, poner en práctica nuevas herramientas tecnológicas. Esta clara muestra de desconocimiento se debe a que en el medio todavía se practica a gran escala los métodos tradicionales para desarrollar actividades diversas.

Las herramientas tecnológicas, dando un verdadero uso en el Gobierno Provincial del Cañar, pueden transformar a la empresa, en el sentido que ganará presencia y posicionamiento. Es de esperar que en los años venideros la cobertura de internet llegue a más sectores y, a su vez, el uso de todas o parte de las herramientas Web 2.0 sean más frecuentes.

3.2.1 HERRAMIENTAS WEB 2.0 QUE PODRÍAN, UNAS, FORTALECERSE Y, OTRAS, APLICARSE

La Web 2.0 está comúnmente asociada con un fenómeno social, basado en la interacción que se logra a partir de diferentes aplicaciones en la web, para ello se utilizan una serie de herramientas.

La interacción de los usuarios es fundamental, el hecho de que las personas puedan participar de los contenidos les hace sentirse parte de la red, aumenta el interés por la misma y permite que los contenidos originales de ciertas páginas sean alimentados por particulares; otra opción es que se abran discusiones y se comparta acerca de temas comunes entre personas de toda clase, entre otras posibilidades. Todo esto le da a la web un valor adicional, el usuario no está solo para buscar y recibir información sino para emitirla, construirla y pensarla.

A continuación describiré el para qué se utilizan y las ventajas de las redes que maneja el Gobierno Provincial y cómo podría fortalecerse:

- ❖ **Blogs.** Un blog es un espacio web personal en el que su autor puede escribir cronológicamente artículos, noticias (...) con imágenes y enlaces, pero además es un espacio colaborativo donde los lectores también pueden escribir sus comentarios a cada uno de los artículos (entradas/post) que ha realizado el autor.

La entidad provincial ya posee esta herramienta, pero lamentablemente su utilidad no es aprovechada. Al ser el Gobierno Provincial un ente generador de información, el blog es un insumo de gran relevancia para dar a conocer sus acciones, y a su vez ser evaluados a través de los comentarios que publican los lectores. Se debe tener presente que éste es un sitio web periódicamente actualizado, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Su gran ventaja es que permite control total sobre la funcionalidad que ofrecerá el blog, posibilitando así adaptarlo totalmente a las necesidades del sitio, e incluso combinarlo con otros tipos de contenido. Es posible, además, agregar fotografías y videos a los blogs, a lo que se le ha llamado fotoblogs o videoblogs, respectivamente.

Dando el uso adecuado a esta herramienta, la entidad provincial podría sacar mucho provecho y lograr posicionar a la provincia del Cañar como un destino turístico, puesto que ésta integra un recurso multimedia y a través de tomas fotográficas o de videos promocionar los atractivos arqueológicos, culturales, paisajísticos, patrimoniales,

religiosos, considerando que los internautas que “sigan” el blog de la institución no únicamente serán de la región o país, sino inclusive del extranjero.

- ❖ **Youtube.** Sin duda es un buen instrumento puesto que los cibernautas buscan y hacen útil la información que allí se expone, así como la propagación de dichos videos a través de toda la amplia red de información, como es de internet.

Algunas de las ventajas que nos aporta son: la enseñanza a distancia, la impartición de enseñanza por un medio audiovisual con buena calidad, intercambio de información sin fronteras, la distribución gratuita, la participación activa de las personas, la fácil accesibilidad, la posibilidad de observar distintas características de otros lugares a través de los vídeos, etcétera.

La opción de colgar videos en la red es muy interesante, sobre todo para el Gobierno Provincial del Cañar, pues al ser una empresa pública que crea información a diario, puede utilizar como herramienta de comunicación externa. Los mismos periodistas pueden descargar las tomas que necesiten sobre un determinado tema para dar difundir una noticia, o a su vez, la colectividad que acceda a la cuenta de la institución podrá observar directamente cuál es el accionar de la entidad.

- ❖ **Flickr.** Es un sitio web que permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías y videos en línea.

La popularidad de flickr se debe fundamentalmente a su capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten al autor etiquetar sus fotografías y explorar y comentar las imágenes de otros usuarios.

Aunque la entidad provincial dispone esta herramienta, no se sube muchas fotografías debido a que “nadie las utiliza. Los periodistas prefieren que envíen como archivo adjunto vía e-mail, debido a que para ellos es más sencillo”, según Javier Ruilova, jefe de la Sección de Comunicación.

En tanto que, las que se recomienda podrían utilizarse cuando dispongan de recurso humano suficiente en la Sección de Comunicación se detallan a continuación:

- ❖ **Wikis.** En hawaiano "wikiwiki" significa: rápido, informal. Un wiki es un espacio web corporativo, organizado mediante una estructura hipertextual de páginas (referenciadas en un menú lateral), donde varias personas autorizadas elaboran contenidos de manera asíncrona. Basta pulsar el botón "editar" para acceder a los contenidos y modificarlos. Suelen mantener un archivo histórico de las versiones anteriores y facilitan la realización de copias de seguridad de los contenidos.

Esta herramienta también podría emplearse en la institución, sin embargo se convertiría en “un arma de doble filo”, debido a que tiene la opción “editar” y cualquier persona puede modificar o quitar parte del contenido. Es decir, al haber co-autoría podría producirse algún acto de vandalismo, que generalmente son hechas por desconocidos, consiste en hacer ediciones que borran contenido importante, introducen errores, agregan contenido inapropiado u ofensivo (por ejemplo, insultos) o simplemente incumplen flagrantemente las normas del wiki.

La principal utilidad de un wiki es que permite crear y mejorar las páginas de forma instantánea, dando una gran libertad al usuario y por medio de una interfaz muy simple. Esto hace que más gente participe en su edición, incluso aquellos usuarios que no tienen muchos conocimientos de informática ni programación, a diferencia de los sistemas tradicionales, donde resulta más difícil que los usuarios del sitio contribuyan a mejorarlo.

La finalidad de un wiki es permitir que varios usuarios puedan crear páginas web sobre un mismo tema, de esta forma cada usuario aporta un poco de su conocimiento para que la página web sea más completa, creando así una comunidad de usuarios que comparten contenidos acerca de un mismo tema o categoría. Por ejemplo, el Gobierno Provincial tiene proyectado construir una obra sanitaria en la parroquia San Miguel, ahí, inicialmente coloca datos concretos; después, con la opción “editar”, el contratista de la obra podrá detallar técnicamente cómo se hará la obra; y, finalmente los beneficiarios,

sólo pulsando “editar” también podrán expresar su sentir en base al proyecto que era un anhelo desde hace varios años, produciéndose así un espacio mucho más participativo e integrador.

- ❖ **Issuu.** Esta herramienta convierte los documentos PDF en revistas virtuales. Es una sencilla librería on-line comunitaria. Una vez que el archivo PDF es subido, se procesará sus contenidos para mostrarlos más tarde, en formato flash, con toda fidelidad al documento original, pero permitiéndonos navegar por sus páginas como si estuviésemos leyendo una revista en la vida real, con opción de realizar zoom y pasar páginas de una manera sencilla, incluido el modo a pantalla completa.

Y como no suele ser habitual en este tipo de herramientas sociales, nos da la posibilidad de dejar nuestros comentarios en cada perfil de usuario y en cada documento, marcarlos como favoritos, compartirlos mediante enlace o código html personalizado para cualquier otro sitio web, dejar post-its virtuales para algunos de nuestros amigos, etcétera. También podemos crear nuestra lista de amigos por diferentes medios, de manera que podamos hacer el seguimiento de sus publicaciones recientes.

Issuu puede convertir gratuitamente los documentos, fotografías o artículos en elegantes e impactantes revistas, catálogos y periódicos virtuales. Esta herramienta permite a sus lectores navegar sobre su formato sin necesidad de descargas o instalaciones en el PC.

Se trata de un poderoso instrumento de comunicación que ayudará a transmitir tus ideas en formatos impecables con diseños personalizados, permitiéndote obtener la versión impresa y virtual de tu formato predilecto.

Esta página web pudiese ser incorporada en la Corporación Provincial para aprovechar todas las bondades que ofrece. La entidad, el primera semestre de 2010 publicaba su revista institucional (física), pero en el transcurso de los meses siguientes se ha visto limitada, fundamentalmente, por falta de personal multidisciplinario que recopile

información, que trabaje en la diagramación y, sobre todo por el escaso presupuesto que se asigna a la Sección de Comunicación para que realice ciertas promociones y la publicación de la revista mensual.

Pero si utilizaría esta opción tecnológica, conseguiría elaborar su propia revista virtual aunque no tenga presupuesto para una física, que no únicamente llegará a su público meta, sino que traspasará fronteras, y los internautas que revisen la revista, a través de la opción de los comentarios, podrán sugerir para mejorar el contenido y la imagen de ésta.

Esta herramienta Web 2.0 no sólo permitirá concretar tener la revista institucional virtual, sino también se convertirá en una vía de difusión y publicidad óptima para la empresa. Como alternativa para que su público estratégico conozca sobre la revista virtual, se debería adjuntar el logo de la institución y una pequeña descripción del contenido de la revista, y después enviar vía e-mail.

- ❖ **Facebook.** La mayor red social a nivel mundial.

- ❖ **Skype.** El principal servicio de telefonía por internet.

Estas herramientas anunciaron oficialmente la integración de parte de sus servicios, como la agenda de contactos y los comentarios en el muro de la popular red, con ello es posible hacer comentarios en facebook a través de skype; y, desde la red social se puede llamar y enviar mensajes a los amigos.

Es decir, facebook puede convertirse como un canal de contacto para encontrar algún funcionario de la Corporación Provincial para fijar una cita de entrevista, o también ahora que está integrado parte de los servicios de facebook y skype, la mayor red social a nivel mundial y el principal servicio de telefonía por internet, respectivamente, en caso de no ser posible una entrevista personal se puede hacer mediante este instrumento tecnológico.

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

Considerando que el propósito es compartir información a los diversos públicos, ya no únicamente a sus públicos objetivos y estratégicos, la Sección de Comunicación y Protocolo del Gobierno Provincial alimenta la página con información trascendente para la entidad, que considera debe ser conocida por la colectividad.

Se destaca las tareas que ejecuta dentro de sus ámbitos de competencia, entre ellos: la vialidad, educación, medio ambiente, dotación de insumos para el sector agroproductivo, saneamiento ambiental, tema de límites y en el aspecto social; igualmente, los proyectos, gestiones y convenios de cooperación interinstitucional que suscriben para atender a las comunidades y parroquias. Asimismo, por ejemplo en flicker colocan fotografías de reuniones y acontecimientos importantes.

3.3.1 ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DEL GOBIERNO PROVINCIAL DEL CAÑAR

El Gobierno Provincial del Cañar en su afán de dar a conocer las actividades que la organización ejecuta en favor del desarrollo integral de esta provincia, mediante el uso de las nuevas herramientas tecnológicas de comunicación, ha implementado la página web <http://www.hcpcanar.gov.ec/> mediante la cual procura satisfacer la demanda de información institucional y de noticias, requerida por usuarios de la red a nivel global.

La página electrónica, en primera instancia, en su parte céntrica superior presenta un collage de imágenes sobrepuestas que tratan de identificar los sitios más importantes de sus siete cantones de la provincia del Cañar. Las imágenes que están recortadas y fundidas unas sobre otras pierden estética al mezclarse, siendo entendidas sólo por quienes conocen estos lugares. Como pie de foto está el nombre del prefecto y el período de administración.

La página anuncia la existencia de un mapa del sitio, sin embargo no es posible desplegar en el monitor. La falta de esta información básica desilusiona al cibernauta visitante. Por otro lado, no es posible encontrar información sobre la institución.

El link para contactar al Gobierno Provincial de Cañar no se despliega. En las pestañas de información institucional encontramos:

- Libro de visitas: este link solicita el nombre, e-mail y un mensaje no mayor a 200 caracteres. Lo que consideramos constituye una limitante para el usuario.
- Sitios de interés: aquí se presenta información vinculada a los públicos de interés como son: Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador (CONCOPE); Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), Ministerios de Gobierno del Ecuador, Embajadas del Ecuador, Universidades y Empresas.
- Contáctenos: este link aparece como servidor no encontrado.

El encabezado de la página cuenta con temas de información básica -dirección y teléfonos de la institución- ilustrada con una foto del edificio del Gobierno Provincial del Cañar y no dispone de mayor información institucional en detalle.

En la pestaña historia, presenta una semblanza histórica del Consejo Provincial acompañado de un slide de fotos, faltando mayor información relevante como estadísticas y datos específicos de interés colectivo.

El “Plan de Desarrollo”, que se supone está cargado en la red, no se abre; al intentar abrir la página aparece en la pantalla un mensaje que indica “servidor no encontrado”. Lo mismo ocurre cuando se pretende ingresar en la pestaña de Proyectos.

En la pestaña lugares turísticos, se muestra un slide fotográfico con los principales atractivos de la provincia que se enlaza con el mapa turístico de la provincia del Cañar.

Una vez más, en la sección de información al intentar ingresar, aparece el mensaje “servidor no encontrado”.

En la sección “La provincia”, se despliega el mapa provincial del Cañar y tres vínculos enlazan a la historia: información general, símbolos y emblemas.

En la pestaña de la sección cultura, nuevamente aparece como “servidor no encontrado”.

En la esquina superior derecha hay un vínculo con la foto del prefecto y debajo está el texto “Escriba al prefecto”, al hacer click aparece su hoja de vida, sin embargo, de ninguna forma es posible escribir como dice en el enlace.

Respecto al cumplimiento en rigor con el enlace de la Ley Orgánica de Transparencia de Acceso a la Información Pública (LOTAIP) la entidad así lo hace (a 1, análisis LOTAIP).

Por otro lado, la página electrónica se enlaza con el periódico institucional "Enlace Provincial" del GPC (Gobierno Provincial del Cañar), mostrando las ediciones digitalizadas en PDF del mes de abril, mayo y junio; lo que hace suponer que a la fecha dicho periódico se encuentra suspendido.

La cromática de la página prioriza el uso de los colores de la bandera del Cañar, (azul, amarillo y rojo) sobre fondo blanco. Aunque el texto es escaso, el tamaño de la letra y el modelo nos parece el adecuado.

En conclusión, la página contiene características generales y su información es básica. La mayoría de sus links no se pueden abrir fácilmente y la información institucional requiere de mayor profundidad y actualidad; especialmente en el tema de las noticias, actividades e información turística que admitan una adecuada difusión y promoción a escala global.

Por lo tanto, la página no despierta mayor interés en sus artículos, ni sus fotografías llaman la atención del cibernauta. Creemos hace falta trabajar en un diseño más sobrio e interactivo, que articule la identidad cultural milenaria de la provincia del Cañar, con elementos gráficos digitales de última generación, que le vuelvan a la página gráfica y comunicacionalmente más atractiva e interactiva, que permita interactuar a los cibernautas con los demás visitantes, de modo que sea posible retroalimentar con sus sugerencias y comentarios.

3.4 ESTRATEGIAS DE TIC's EN COMUNICACIÓN QUE HAN RESULTADO EXITOSAS PARA LA ORGANIZACIÓN

La institución provincial tiene implementado como estrategia transparentar la información pública de manera clara, directa, sencilla, priorizando los conceptos de ética y responsabilidad social, mediante la elaboración de productos comunicacionales trabajados en formatos para la radio, prensa y televisión.

Javier Ruilova destacó que los mensajes y sus contenidos se difunden básicamente en la radio y en la televisión. Este último medio es utilizado en menor escala, en razón a que la cobertura no aplica a todos los sectores. No obstante, Ruilova no desestima que todas estas alternativas (radio, prensa y televisión) tienen su grado de impacto, lo que garantiza el éxito del proceso de comunicación. La entidad aprovecha los medios televisivos, a pesar su reducida cobertura, haciendo presencia tres veces a la semana en el noticiero triple AAA.

Como fracaso en la utilización de estrategias de comunicación señala el emplear un solo mensaje durante largo tiempo, aspecto que todavía no se supera. Considera, además, necesario incorporar personal de apoyo calificado profesionalmente y recursos para superar el problema.

Según se informa, la entidad no desarrolla campañas de comunicación y promoción de sus actividades porque considera se satura los espacios generando resistencia en la audiencia.

3.5 FUTURAS PROYECCIONES A TRAVÉS DE INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Desde la Sección de Informática, durante los primeros meses del año, plantearon la incorporación del servidor de correo electrónico interno con dominio; esta aspiración esperan poner en marcha el próximo mes; esto servirá de protección para evitar los spam que suelen presentarse en los correos yahoo y hotmail.

Asimismo, hasta finales de año aspiran tener funcionando dos nuevos servidores, uno para el sistema contable, que posibilitará llevar de una forma categorizada y ordenada toda la información; y el otro, para la actualización de antivirus; es decir, con ese servidor automáticamente se actualizará, ya no necesitarán el ancho de banda para efectuar este proceso.

Otra innovación es la instalación del firewall (muro de fuego), que reemplazará al actual Gestor Electrónico de Trámites (SIGET) que utilizan cuatro años a nivel interno. Y, para el próximo año cuando asuman y ejecuten las nuevas competencias que se establecen en la Constitución de la República, harán ampliaciones en la red y en los servidores para que el sistema de internet funcione correctamente.

Igualmente, dentro de las proyecciones está incorporar los GPS a los vehículos de la institución, con lo que pretenden garantizar el uso adecuado de los bienes públicos. En el cantón Azogues, en las instituciones públicas, el Gobierno Provincial Autónomo del Cañar se convertiría en el pionero en utilizar este mecanismo electrónico. En esta misma línea, desde enero de 2011, los técnicos de los departamentos de Planificación y Obras Públicas esperan tener su GPS milimétrico, que permitirá en primera instancia conocer las coordenadas exactas, después hacer un inventario vial provincial, hacer levantamientos topográficos, diseños de vías, canales de riego con mayor precisión. Con los resultados que genere el GPS milimétrico podrán tener una base de datos y elaborar un mapa con todas las características, lo que permitirá a la Corporación Provincial hacer sus intervenciones de manera más certera, y que satisfaga las necesidades de los pobladores de las zonas rurales, que es su público meta.

También, con el apoyo de otros organismos gubernamentales y no gubernamentales intentan llegar con el sistema de internet a parroquias y comunidades donde tiene injerencia el Gobierno Provincial, por ello procuran utilizar más la web, y, con la contratación de más personal de apoyo, tratarán de mantener actualizada la página web de la institución y los otros instrumentos de las Web 2.0.

Con estas proyecciones y paulatinas incorporaciones, la entidad provincial procura asumir una responsabilidad tecnológica, puesto que éstas reducen costes y tiempo; las actividades se efectúan de manera más ágil. Con ello la institución gana más presencia.

CAPÍTULO IV

PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC's EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

La incorporación permanente y parsimoniosa de las nuevas tecnologías de la comunicación y educación a los procesos de desarrollo local, ha provocado un gran impacto social y económico en las comunidades asentadas en la región austral del Ecuador y beneficiarias del proyecto.

El 13 de octubre del presente año, el Ministerio de Educación, el Municipio de Cuenca y la Empresa de Telecomunicaciones, Agua Potable y Alcantarillado de Cuenca (ETAPA) celebraron un convenio de cooperación para dotar de 3371 computadoras y servicio de internet a estudiantes y profesores de 17 escuelas fiscales de las parroquias Monay, Totoracocha, Yanuncay y Cañaribamba pertenecientes a la ciudad de Cuenca, en el marco del proyecto denominado “Una laptop por niño y docente en el cantón Cuenca primera fase”.⁹

Los beneficiarios son alumnos de los segundos, terceros y cuartos años de educación básica, a quienes se les entregó ordenadores portátiles con una inversión que bordea los dos millones trescientos mil dólares. La actividad se enmarcó en el Plan Nacional de Conectividad, emitido por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. “Cuenca, ciudad de las Ciencias y el Conocimiento, proyecto liderado por el Municipio de Cuenca”,¹⁰ que busca mejorar la conectividad y la dotación de servicio de internet a la colectividad, mediante la implantación de seis centros del saber, de los cuales cinco estarán en el área urbana de Cuenca y uno rural. Adicionalmente se “implementarán 50 centros del ‘Saber Comunitario’, de los cuales 21 serán ubicados en las parroquias rurales del cantón Cuenca y 29 en barrios del área urbana”.¹¹

⁹ Diario El Tiempo de Cuenca, octubre 14 de 2010.

¹⁰ Diario El Mercurio de Cuenca, octubre 13 de 2010.

¹¹ Diario El Mercurio de Cuenca, octubre 17 de 2010.

Por su parte, “el Gobierno Provincial del Azuay, en una acción semejante, el 19 de octubre de 2010 procedió al lanzamiento del proyecto de dotación de computadoras y servicio de internet para las escuelas rurales de la provincia del Azuay”.¹²

El proyecto que beneficiará a 15.141 niños y 765 maestros, de 67 establecimientos educativos de la provincia del Azuay, tiene un costo de un millón seiscientos quince mil quinientos setenta y un dólares, de los cuales el Ministerio de Telecomunicaciones coloca 881.872 dólares, mientras que la prefectura lo hizo con 672.871 dólares, más 60.828 para la logística.

Un estudio presentado por la prefectura reveló que en Sudamérica los mayores niveles de penetración del internet se registran en Chile con el 23%, Argentina 27%, Puerto Rico el 26%, situándose los menores valores en Ecuador con el 5,1%, Paraguay con el 3,6%, Honduras 3,3%, Nicaragua 2,5% y Cuba con el 1,7%.

En el Ecuador, del 5,1% total que usan internet, sólo el 5% está servido con banda ancha, lo que evidencia la enorme diferencia digital entre la zona urbano marginal y rural del país.

En este sentido era necesario desarrollar proyectos que faciliten el acceso a las tecnologías de información y para ello se está utilizando el espectro ensanchado por robustez y a bajo costo mediante el empleo de redes inalámbricas y fibra óptica. El proyecto presentado por la prefectura utilizará Software libre del sistema Linux, con paquetes Ubuntu en computadores conectados en redes Ethernet asistidos por cable inalámbricas, con un computador por cada 20 estudiantes. Asimismo, cada escuela previamente seleccionada contará con una pantalla digital interactiva como una herramienta pedagógica fundamental.

¹² Diario El Mercurio de Cuenca, octubre 19 de 2010.

4.1 PANORAMA PROVINCIAL SEGÚN LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES

La telefonía digital llegó al Ecuador tardíamente como un “snob” del avance científico impulsado principalmente por la fuerza del mercado, mas no como una opción para el desarrollo tecnológico del país y menos como política de Estado. Desde sus inicios, dos empresas únicas dominaron la oferta del servicio celular: Porta y Movistar. Una tercera denominada Alegro hizo su presencia sin mayor oportunidad en el mercado. El Gobierno del Ecuador tomó a su cargo la administración de esta compañía con el objeto de salvaguardar los intereses económicos de la empresa, cuyos activos se encontraban en riesgo. En la actualidad la empresa de telefonía móvil Alegro cuenta con un plan de fortalecimiento y reactivación económica mediante el cual todas las instituciones del Estado obligatoriamente utilizan los servicios de comunicación de Alegro.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), con renovado criterio de servicio a la comunidad y en el afán de democratizar el acceso a la comunicación, ha desarrollado sendos proyectos que van desde la capacitación informativa hasta el equipamiento técnico de sistemas de comunicación fija y móvil.

Dentro de sus competencias, la CNT como ente rector de las telecomunicaciones tiene definido el registro y control del uso del “Espectro Radioeléctrico”. Desde su creación en el 2008, su acción se ha fundamentado básicamente en el análisis de las concesiones de frecuencias de radio, radio-comunicación, televisión analógica UHF, servicio de cable, así como el servicio de telefonía celular fija y móvil escala nacional.

En referencia al servicio de telefonía celular móvil, hasta el 30 de septiembre de 2010, la entidad ha determinado la existencia de 240 planes distintos de promoción, a los cuales se da el seguimiento respectivo a efecto de garantizar su fiel cumplimiento, toda vez que al tratarse de una tecnología poco conocida y de difícil verificación el usuario queda en franca vulnerabilidad. El presente dato se recogió el 30 de septiembre de 2010, en el taller organizado por la CNT denominado “Jornadas de Telecomunicaciones

Provincia del Cañar”, llevado a efecto en el paraninfo de la Universidad Católica extensión Azogues.

Según el informe presentado por los funcionarios de la CNT, en el mencionado taller, en el país existen 14 millones de teléfonos celulares activos, lo que impulsa la ampliación del servicio de comunicación móvil y el incremento del negocio de telefonía celular. Sólo en el 2009, mil nuevos establecimientos fueron creados en menos de un año; de 300 establecimientos existentes en enero de 2009 a 1300 en diciembre del mismo año.

En el país existen 400 estaciones de televisión, 1300 radios y 260 concesiones para televisión por cable de audio y video.

Dentro de las actividades de control desplegado por la entidad, se destaca el control al valor agregado por el servicio de TV Cable. Se estima en 26 millones de dólares el perjuicio evitado al Estado en el 2009, y en 50 millones en el primer semestre de 2010. Para la consecución de los objetivos institucionales, la entidad ha desarrollado una sinergia institucional con entidades como universidades, escuelas politécnicas, y demás instituciones públicas y privadas afines a los objetivos de la CNT.

Igualmente, un estudio reveló que 640 mil llamadas de socorro fueron falsas o ficticias y sólo 42 mil resultaron reales, esto contrasta con el esfuerzo que el gobierno y la entidad estatal realizan a favor del desarrollo del país.

4.1.1 TWITTER CRECE EN LATINOAMÉRICA

Cuando el cantante colombiano Juanes anunció el lanzamiento de su nueva canción, el pasado 11 de agosto, “no lo hizo a través de los medios de prensa tradicionales, lo hizo a través de su cuenta de twitter”.¹³

Un estudio reciente de la firma de mercadeo digital ComSore demostró que twitter ha crecido ampliamente a nivel mundial, destacándose América Latina como la región de mayor crecimiento en el mundo. De los 93 millones de usuarios de twitter en el mundo,

¹³ Diario el Mercurio de Cuenca Ecuador, septiembre 5 de 2010.

15 millones son latinoamericanos. El estudio reveló que entre junio de 2009 y junio de 2010 el crecimiento fue del 305%; el segundo lugar lo ocupó la región asiática con el 243%. Brasil y Venezuela se ubicaron en el segundo y tercer país con mayor penetración de twitter a nivel mundial después de Indonesia, en los 20 mercados más grandes del mundo con una penetración del 20,5% y 19% respectivamente.

Los mercados de Chile, Argentina y Colombia también se encuentran en la lista de los 20 mercados más importantes. Los dos primeros países, incluso, sobrepasan a los Estados Unidos encontrándose en la octava y décima posición. Argentina y Colombia ocupan la catorce y quince posición de la lista.

Otro estudio realizado por Pew Internet, que recoge Mashable, deja entrever que las redes sociales ahora no sólo son para los jóvenes, sino que las franjas de edad más avanzada entre 55 y 64 años creció entre abril de 2009 y mayo de 2010 un 88%. La cifra más llamativa es la de adultos mayores a 65 años con una variación del 100%, aunque cuantitativamente este segmento es minoritario frente al de los jóvenes; sin embargo, el segmento juvenil no alcanza estas cifras de crecimiento vertiginoso, subiendo únicamente un 13%.

4.2 DEFINA LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Siguiendo con el proceso investigativo al que nos atañe, creemos preciso levantar un marco teórico conceptual en torno al proceso de comunicación social y organizacional. Para el efecto será básico que la institución acepte la premisa que asegura que "... la planificación de la comunicación organizacional es un todo que comunica".¹⁴

Es decir que en una organización debe existir la fluidez de la comunicación desde el seno institucional hacia la sociedad y la opinión pública; desde la cúspide a la base y de la base a la dirección; del folleto de prestigio a la hoja de reclamaciones; desde la actitud y comportamiento del jefe a la conferencia de prensa; desde el aspecto exterior

¹⁴Diplomado de Comunicación Corporativa, Módulo I, Autor Miguel Túñez López. Reestructurada por Yolanda Martínez Solana, mayo de 2010, Texto Guía Pág. 39. UTPL

del edificio a la presencia del director y de los funcionarios, hasta las relaciones con otras entidades.

Todo esto comunica, y el acierto de esta comunicación estará en saber percibir y entender los mensajes que nos llegan como destinatarios y en la capacidad de comunicar nuestros mensajes manteniendo el sentido propuesto a efecto de evitar confusión o tergiversación. Para ello será necesario establecer un plan de comunicación, el que debe estar liderado por un profesional de esta rama con el propósito de establecer estrategias y tácticas.

Hablar de estrategias en comunicación equivale hablar de planificación organizacional, lo que hace suponer la existencia de un diseño pautado sobre las actividades cumplidas por la institución, así como de los mensajes en función del cumplimiento de una meta. Encontramos entonces cinco modelos básicos de comunicación, a saber: círculo, rueda, cadena, total y de racimo.

Las grandes corporaciones acostumbran prever cómo se actuará en una situación desfavorable y para ello elaboran un plan de crisis en el que se detalla qué, quién, y cómo se informará. Comunicar en situaciones de crisis es sobre todo hacer prevención, es el plan que todos no quisieran utilizar, pero inmersos en una crisis inesperada y súbita, se convierte en el mejor aliado para evitar actuaciones que dañen la imagen de la organización.

Los procesos de comunicación se desarrollan tanto al interior como al exterior de una empresa u organización, por lo que es necesario trabajar en función de los públicos de interés internos y externos, sin descuidar los públicos estratégicos que están definidos por ese público potencialmente aprovechable y que son influenciados por la imagen corporativa proyectada por la empresa en base a su reputación. Reputación que puede verse afectada por una mala comunicación.

“Las palabras no solo expresan ideas o transmiten datos, constataciones y visiones, son también portadoras de información, comunicación, sentimientos e ideología”.¹⁵

En la actualidad, la imagen corporativa de una institución se subordina a la imagen de reputación. La nueva imagen corporativa institucional va más allá del eslogan, la grafía, hablamos de una imagen de reputación corporativa de comprometimiento con la sociedad, hablamos de una imagen y reputación socialmente responsable con la comunidad, sociedad y medioambiente. “A la empresa no solo le importa su producto sino también su imagen, su promoción y circulación en el exterior, la integración de sus símbolos y comunicaciones para resaltar y repuntar en los mercados mundiales”.¹⁶

Una empresa debe intentar dar respuestas a las exigencias de sus grupos de interés que surgen del propio desarrollo de la actividad empresarial y frente a los cuales la entidad tiene una responsabilidad moral. En la actualidad se entiende que cinco son los principales grupos de interés de una organización y a los cuales se debe rendir cuentas y estos son: los clientes o usuarios, los empleados, proveedores, propietarios y la sociedad. En esta lógica de pensamiento, la responsabilidad social de una entidad abarca fundamentalmente tres aspectos: responsabilidad económica, social y medioambiental.

Aquí surge una pregunta clave, ¿Por qué se debe asumir criterios de Responsabilidad Social? Básicamente en razón de la generación de un nuevo mercado comprometido con acciones de Responsabilidad Social (RS) que obliga a asumir RS como un insumo competitivo y por otro lado el auge de nuevas políticas de desarrollo integral a escala planetaria.

Las nuevas políticas del desarrollo sustentable y sostenible ambientalmente responsables inducen a que las instituciones adopten acciones a favor del cumplimiento de los objetivos del milenio en la lucha contra la pobreza, la inequidad, el hambre y el cuidado al medioambiente a escala global.

¹⁵ Gestión Empresarial. Módulo III. Pág. 22, Dr. Francisco Campos Freire. UTPL.

¹⁶ Gestión empresarial. Módulo III. Gestión Empresarial y la Comunicación Corporativa. Dr. Francisco Campos Freire. UTPL. Dr. Francisco Campos Freire. UTPL.

“La Constitución del Ecuador recoge conceptualmente dos grandes avances en relación a los temas ambientales: los derechos de la naturaleza y los derechos ambientales en el marco del ‘Buen Vivir’ como parte del nuevo régimen del desarrollo. Ecuador es el primer país del mundo que reconoce los derechos de la naturaleza a partir de las múltiples cosmovisiones de las diferentes culturas y nacionalidades a través del reconocimiento de los procesos naturales, sus dinámicas, los ciclos de vida y su derecho a la restauración (...) La nueva visión reconoce que el Buen Vivir de las personas está íntimamente ligado al ámbito natural. Las sociedades en sus diversos modos y niveles de vida dependen física, económica o espiritualmente de la naturaleza. En el caso del Ecuador es evidente que históricamente nuestro modelo de desarrollo se ha basado en la explotación desenfrenada de los recursos naturales”.¹⁷

4.2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN

“Se entiende por responsabilidad Social Corporativa (RSC) o empresarial a la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las organizaciones, generalmente con el objeto de mejorar su situación competitiva, su valor añadido y su reputación”.¹⁸

Así lo han entendido los expertos de la comunidad académica y profesional, así lo entienden también muchas grandes empresas e instituciones que incluye este tema como objeto significativo de su actividad. Por esta razón en los últimos años se ha incorporado la gestión de la RSC considerándola como una de las acciones que ayudan a construir y mantener la reputación e imagen corporativa de las organizaciones. En este sentido, la RSC ha ido tomando cuerpo y se ha hecho más imprescindible trabajar con acciones desde la comunicación a fin de posicionar a las empresas en la retentiva de la gente como empresas comprometidas con la RSC.

La comunicación es un factor clave de la RSC no sólo porque ha de ayudar a poner en contacto a todos los públicos interesados, sino porque habrá que hacer públicas esas

¹⁷ Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, 2009.

¹⁸ José Fernández Beaumont, Fundación Telefónica. Wikipedia.www.wikipedia.org/wiki/responsabilidadsocial_corporativa.

actividades en un proceso de rendición de cuentas transparentando las acciones de las organizaciones o instituciones. ¿De qué sirve las acciones de RSC si no son comunicadas?

Uno de los principales problemas que afronta la política de RSC es la débil comunicación sobre el tema, la poca importancia que los medios le dan a la RSC, sin duda porque desde el enfoque de la noticia sensacionalista las buenas noticias no son muy buenas “marketeras”. Un argumento dice que estas acciones son simple imagen y maquillaje empresarial; otro argumento indica que temas como estos son de trato exclusivo de los departamentos de comunicación interna, que al tratarse de un elemento intangible cae en el lado de la balanza de valores blandos, pese a ser considerada como un bien tangible o valor duro susceptible de medirse por resultados concretos. Estas entre otras han sido la manera de frenar el conocimiento y la importancia de poner en marcha la RSC. Entiéndase que “la Responsabilidad Social no es marketing, no es filantropía, no es maquillaje publicitario”.¹⁹

En el caso del Gobierno Provincial del Cañar, estimamos existe una política de acción con criterios de RSC, sin embargo su enfoque está dirigido hacia el marketing e imagen corporativa, descuidando su real valor y fines.

Pero esto no es solamente responsabilidad de Gobierno Provincial del Cañar, sino que probablemente obedece al escenario en el que se mueve la RSC, pues está sembrado de pequeñas paradojas y hasta de contradicciones, como anota José Fernández Beaumont. “Al margen de la constatación de que disminuye el número de impactos noticiosos sobre RSC, se puede observar de acuerdo con otros estudios empíricos, que la comunicación empresarial ocupa un destacado lugar en el aporte de elementos para la configuración de la reputación empresarial. El Edeleman Trust Barometer correspondiente al 2009 sitúa a la comunicación frecuente y honesta de la empresa sobre el estado del negocio, en una de las curvas más altas de contribución a la

¹⁹ Responsabilidad Social. Construcción Colectiva medios de comunicación. Patricia Bedoya de Llerena. pbedoya@corpei.org.ec
Corporación de promoción de exportaciones e inversiones CORPEI. Conferencia dictada en Cuenca el jueves 27 de mayo de 2010.
Presentación MYCC Carlos Franky.

reputación con el 91%, luego la oferta de productos y servicios de alta calidad con el 94% y el buen trato a los empleados con el 93%".²⁰

Los compromisos de RSC que adopta la organización, es decir los valores, las responsabilidades y los objetivos de la empresa para definir las estrategias y acciones que mejor contribuyen al fortalecimiento del prestigio y reputación institucional, realizando su actitud abierta, transparente e innovadora, han de ser transmitidos hacia adentro y hacia afuera mediante un plan de comunicación interno y externo, capaz que los miembros de la institución sean los mejores portavoces del trabajo y de los logros alcanzados en materia de RSC.

La transmisión, construcción y cambios en el espíritu empresarial responsable comienza por una buena comunicación interna que puede y debe contribuir a incrementar los niveles de satisfacción de los empleados, quienes deben estar y ser los más motivados. Es muy importante en este sentido provocar un proceso de capacitación y autoestima en valores corporativos y reforzar la confianza en los equipos de trabajo para que se sientan parte de la organización y produzcan integrados a los fines de la institución y no de espaldas.

La RSC ha de sentirse y vivirse primero en el interior de la organización para que luego sea comunicada hacia el exterior. ¿Cómo? Estudios especializados aconsejan que los canales más frecuentes de comunicación interna, sean las reuniones periódicas de la alta autoridad de la organización con el personal y las orientaciones que en ella se viertan; los buzones de sugerencias, los carteles y pancartas; los boletines informativos internos, las revistas especializadas y el uso de las TIC's en sus diferentes presentaciones.

Respecto de la comunicación externa hemos de decir que la RSC es una oportunidad para que las empresas abandonen ese autismo y mejoren el negocio identificando nuevos nichos de mercado y perfilándose a atender una nueva demanda de segmentos especializados. Es aquí donde la comunicación externa se vuelve imprescindible toda

²⁰ Manual Edelman Trust Barometer 2009 www.edelman-com/trust.

vez que se requiere el manejo inteligente de los medios de prensa. A estas alturas de nuestra investigación aseguramos que los medios de comunicación se presentan como el canal más adecuado y eficaz para trasladar a la sociedad y la opinión pública los mensajes y valores institucionales.

En el tema de la RSC los medios de comunicación han marcado una línea de acción reservándose el derecho de admisión; ya lo dijimos, parece que los hechos ocurridos en torno a la RSC al ser información en positivo no son noticias, por lo que poca importancia merecen ocupando espacios subordinados al más absurdo sensacionalismo en detrimento de la RSC. Luego será necesario entonces delinear un plan de comunicación extremo para aprovechar los mejores espacios; el trabajo deberá ser encomendado al departamento de comunicación respectivo.

Por otro lado, la RSC ha sido víctima de la incredulidad del público, acusándolas de demagógicas y manipuladoras en complicidad con los medios de comunicación en función de reforzar la imagen del cliente. No obstante, esta actitud está cambiando cuando han sido los expertos, las instituciones especializadas las que confirman las acciones de RSC, mediante una estrategia de comunicación externa que ha permitido recuperar la confianza.

Finalizando, diremos que la RSC es parte de la estrategia integral de la empresa y directamente pasa a engrosar los campos de trabajo del área de comunicación corporativa. En efecto, el nuevo marketing introduce la premisa ya no se vende un producto un servicio, se vende una filosofía de vida con valores como la creación y distribución de la riqueza, la integración de la ciudadanía, las comunidades a la conservación del medioambiente "...esa posible integración implica cambios tanto en la comunicación interna como externa, haría variar el concepto tradicional de la imagen corporativa y se presentaría como un factor que reforzaría sensiblemente la reputación".²¹

²¹ Joaquín Moriz, Profesor de la escuela europea de Negocios Corporativa. www.empresaresponsable.com

4.3. RELACIONE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON LAS EXPECTATIVAS DE TRABAJO SOBRE LAS TIC's

De la investigación realizada a la Corporación Provincial inferimos que la institución, en lo que a comunicación organizacional corporativa se refiere, no cuenta con un plan de contingencia que permita salvaguardar la imagen institucional y su reputación, lo que da origen, en cierto casos, a que el mensaje se tergiverse, da origen al rumor y que la información se filtre por fuera de los canales regulares u “oficiales”.

Por otro lado, el proceso de información y comunicación se ve interrumpido por factores económicos, técnicos y administrativos, tres elementos que conspiran contra una comunicación integral y estratégica que exige la articulación entre los departamentos y secciones operativas de la institución. Aspecto que la vuelve altamente vulnerable ante situaciones riesgosas, ya que no se podría actuar oportunamente conforme el momento lo exija.

La comunicación es un intangible básico en la creación de la imagen y reputación. Influye en el clima laboral y ayuda a conocer y estimular la demanda de una idea, un producto o servicio. Los cambios sociales y generacionales han propiciado para que los departamentos de comunicación dejasen de ser el primero en cerrarse en momentos de crisis económica a ser los últimos. Esto en razón a que las empresas dependen en buena medida de su imagen y porque hay conciencia que en momentos de crisis es necesario contar con el asesoramiento de expertos comunicadores. Por otro lado, “...la efectividad de la comunicación no siempre es inmediata ni produce un beneficio directo”.²²

Lo ideal es que en una organización se centre la actividad de comunicación en el departamento de Comunicación; sin embargo, con frecuencia esta actividad se concentra en manos de otros departamentos como el de Recursos Humanos, Secretaría General.

²² Miguel Túñez López. UTPL. Diplomado Superior en Comunicación Corporativa. Módulo I.

En el caso del Gobierno Provincial del Cañar, la investigación, según el organigrama, reveló la subordinación y el aislamiento entre las secciones operativas, direcciones administrativas - financieras, gerencias, mandos medios, áreas de especialidad, departamentos operativos y la Sección de Comunicación que igualmente es dependiente de la Secretaría General, lo que hace suponer la ausencia de una política de comunicación hacia los públicos de interés “stakeholders” internos y externos.

Comunicar internamente es comunicar puertas adentro y en todas las direcciones hacia los integrantes de la organización. Esto no quiere decir que sea un flujo único de información ni que se comparta los mismos mensajes, sino que el proceso de comunicación es una acción transversal y multidireccional que puede tener como destinatario a cualquiera de los miembros de la empresa. En el caso del Gobierno Provincial, la comunicación y sus estrategias vienen desde el prefecto como máxima autoridad, dando origen a un modelo de comunicación vertical y poco técnica.

Es preciso lograr que la comunicación interna desempeñe el papel que le corresponde, es decir con personalidad e identidad propia en pie de igualdad con la comunicación externa. No puede seguir siendo una sección más dentro de un departamento del personal o de recursos humanos o de relaciones humanas o como en el caso de la entidad provincial, un apéndice de la Secretaría General. La reputación de una empresa u organización ha de medirse por los niveles de conciencia entre las ideas y las acciones de la organización. Debemos entender que la entidad es lo que dice y lo que hace.

Respecto a la comunicación corporativa o externa que maneja el Consejo Provincial del Cañar, encontramos una debilidad en el manejo de los conceptos identatorios y en contenido de los mensajes institucionales. Entendemos a la comunicación corporativa, a los procesos comunicacionales que se relaciona con los planteamientos y objetivos globales de la institución, entonces se habla de identidad corporativa que es el conjunto de facetas que define lo que es la organización y es reconocido por los demás. En este sentido, el Gobierno Provincial maneja su identidad corporativa desde la óptica de servicio a la colectividad, profundizando el mensaje de servicio y atención a los sectores

más necesitados rayando el límite de la política y descuidando la imagen corporativa de adentro, o sea de los de sus propios empleados. Luego la comunicación corporativa engloba un concepto mucho más amplio relacionándose con las técnicas del marketing, publicidad y relaciones públicas. Esto es algo que creemos poco se ha manejado en la institución provincial.

Lo mismo ocurre con el uso de las TIC's, la página web y el internet, donde la investigación reveló que el uso de estas herramientas es medianamente aprovechada por los siguientes factores: restricción del uso de la red de internet, desconocimiento e importancia del rol de la comunicación y el uso de las nuevas tecnologías, falta de personal profesional dedicado especialmente al tema comunicacional, subordinación de la Sección de Comunicación a otros departamentos, descoordinación en el tráfico de la información, débil cobertura del servicio de internet en los "stakeholders", débil actualización de la información en la página web, nulo interés por capacitar al público interno respecto de las TIC's y el empleo de herramientas tradicionales de comunicación.

En la actualidad, resulta difícil sostener un plan de comunicación externa sin internet, es más, a nivel global ya no se habla de comunicación corporativa fuera de la filosofía 2,0. Inicialmente internet aparece como una moda, sin embargo hoy la red se ha convertido en un escenario de encuentro de las organizaciones y sus públicos. Internet ha desbordado el concepto de información organizacional on-line, porque las relaciones virtuales van más allá de las meramente informativas entre la organización y los medios, ahora es divulgación, es documentación, es panel de anuncios, es publicidad y punto de venta. Internet ha permitido ubicar en un espacio web casi todas las herramientas de comunicación, excepto las interpersonales, cara a cara (cuidado se confunda con las video conferencia). Internet es la primera posibilidad real de individualizar un medio de masas no sólo porque permite la personalización de los mensajes remitidos por emisores masivos, sino por la capacidad de actuación individual, es decir que la red es la democratización de la posibilidad de ser emisor y no únicamente receptor; la red ha multiplicado no sólo el número de receptores sino también el de emisores, o sea la red ha hecho posible el "feedback" de la comunicación.

Ahora la calidad del proceso comunicacional, el contenido de la información que se fluye en la red, es tema de otro análisis.

En los procesos de comunicación organizacional externa encontramos que las empresas, organizaciones e instituciones aplican y actúan estrategias de comunicación conforme al ámbito de acción de cada institución, en este sentido se habla de comunicación gubernamental, institucional, empresarial, institucional, etcétera. Todas ellas llevan de denominador común la particularidad de la empresa y un objetivo que cumplir. En este contexto, la comunicación institucional es aquella que la organización transmite situándose como actor social, con fines de interés colectivo y es así como actúa el Gobierno Provincial del Cañar. Esta idea está recogida en la misión y visión institucional. Empero, la comunicación institucional debería diferenciarse claramente de la comunicación gubernamental y más aún con la comunicación política de partido.

En nuestro país encontramos que la comunicación institucional o pública acostumbra a ser un proceso burocrático organizado, mayoritariamente unidireccional y en sentido vertical de contenido formal. No obstante, se puede emprender acciones en diferente medida tendientes a mejorar el proceso de comunicación institucional, como son las jornadas de puertas abiertas o casas abiertas, eventos en los que se transparenta la información, mediante una comunicación directa, de cara a cara y de acercamiento con la comunidad o stakeholders, pero en la Corporación Provincial, encontramos que la comunicación externa está básicamente relacionada con compromisos de carácter social y político a través de acciones de patrocinio y mecenazgo, y compra de espacios publicitarios en los medios de prensa, generándose más bien una comunicación de corte comercial y marketing; toda vez que con frecuencia la comunicación pública se canaliza a través de las publicaciones oficiales, espacios publicitarios y relaciones públicas.

Ante esta realidad, creemos necesario provocar un cambio en el tratamiento de la información, un cambio en la concepción de la importancia de la comunicación como el eje transversal del desarrollo de una institución. El cambio al que nos referimos

construye un cambio de hábitos, de costumbres, de entendimiento, de conocimiento; y, sobre todo “un cambio de cultura organizacional”.

Si cultura es el conjunto de normas, valores, modelos referenciales que guían el comportamiento de una organización y las relaciones entre sus miembros; “cultura organizacional” es el conjunto de pautas de actuación, de valores, actitudes, validados y aceptados por los miembros como lícitos para fijar, mantener y transmitir sus formas de pensar de la organización y de actuar como individuos. Desde esta perspectiva, la cultura en una organización es como la personalidad de los individuos. Se fomenta, se forma y se transmite a través de la comunicación interna, bidireccional, ascendente, descendente e interpersonal.

En el Gobierno Provincial del Cañar, el proceso se encuentra en estado embrionario, hay mucho por trabajar, hay mucho por entender que la comunicación tiene además la misión de conectar entre sí a los miembros de la organización para facilitar el trabajo colectivo en función de concretar los fines institucionales. Este proceso causa recelo que sólo se supera si se logra generar una cultura de comunicación en la organización; convenciendo a sus miembros, dirigentes y autoridades que su papel como actores de ninguna manera está en cuestión, sino que la comunicación se convierte más bien en una herramienta útil para crear vínculos de solidaridad entre todos los niveles jerárquicos de la institución y que éstos se verán reflejados en la reputación e imagen institucional externa.

4.4. ANALIZAR LA SITUACIÓN EN CUANTO AL USO DE LAS TIC's INCLUYENDO UNA PROYECCIÓN FUTURA

El servicio y alcance de las telecomunicaciones e inclusive el servicio de luz eléctrica en nuestro país se han desarrollado de manera asimétrica entre los centros poblados y las zonas rurales.

Actualmente en las zonas rurales se evidencia un crecimiento casi incontrolable de oferta y demanda de los servicios de telefonía móvil, mientras que la fija se va quedando rezagada. Estudios internacionales del mercado mundial demuestra que la

telefonía fija aún puede desarrollarse sólo si se incorpora nueva tecnología y servicios como Triple Play (televisión, telefonía e internet), banda ancha, etcétera. Sin embargo en nuestro medio el acceso a internet todavía es un privilegio, básicamente por tres razones: 1 la falta de cobertura, 2 desconocimiento, 3 falta inversión (capital).

“Esta necesidad de acceder a los servicios tecnológicos de última generación ha sido identificada a nivel nacional, por ello el gobierno proveerá el acceso a la red y telefonía fija en todo el territorio ecuatoriano, para ello se prevé la implementación de infraestructura en zonas urbano marginales y rurales que permitan democratizar su acceso en escuelas públicas, centros comunitarios y oficinas públicas en todos los niveles de gobierno”.²³

Con este impulso tecnológico, el Gobierno Provincial del Cañar se ha planteado varias expectativas con el propósito de incorporar e incrementar la tecnología digital a los procesos de comunicación interinstitucional; entre estos la entidad aspira implementar un servidor de correo electrónico interno con dominio, que funcionará en breve y serviría de protección para evitar correos spam (correo basura) que con frecuencia aparecen en yahoo y hotmail.

Según se desprende de la investigación, hasta finales del presente año se prevé poner en funcionamiento dos nuevos servidores para el sistema contable, que servirá para actualizar, categorizar y ordenar toda la información; con lo que automáticamente se prescinde del ancho de banda.

Como innovación se prevé instalar el sistema firewall (muro de fuego), que reemplazará al actual Gestor Electrónico de Trámites (SIGET), y para el próximo año, cuando asuman y ejecuten las nuevas competencias que se establecen en la Constitución de la República, se harán ampliaciones en la red y en los servidores para que el sistema de internet llegue a todos los sectores principalmente a los más distantes. Asimismo, está previsto incorporar el Sistema de Posicionamiento Global mediante la instalación de

²³ Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013 Construyendo un Estado Plurinacional e intercultural. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES 2009 Quito – Ecuador.

aparatos individuales GPS en cada uno de los vehículos de la institución, con el objeto de controlar y garantizar el uso adecuado de los bienes públicos.

En este mismo sentido, para enero de 2011 se prevé la dotación de GPS milimétricos al departamentos de Planificación y Obras Públicas que permitirá agilizar y tecnificar los trabajos topográficos, diseños de vías, canales de riego etcétera.

Dentro de las acciones que la Corporación Provincial desarrolla a favor de las comunidades está la educación y para atender esta necesidad sentida de la población, de manera consuetudinaria y paternalista entrega libros y material didáctico a las escuelas en situación de vulnerabilidad y de atención prioritaria. En este contexto, se plantea como una de las más ambiciosas aspiraciones la dotación de sistemas de cómputo y servicio de internet en todas las parroquias y sectores de la provincia, similar acción como la que cumplió el Gobierno de la Revolución Ciudadana al entregar en Cuenca computadoras personales a los niños de las escuelas fiscales urbanas de esta ciudad. En el cantón La Troncal el actual régimen está implementando la Escuela del Milenio, que abriga la esperanza de democratizar la educación el conocimiento y la oportunidad de acceso de sectores antes tradicionalmente olvidados y marginados. El punto está, en que acciones como estas pueden caer en el paternalismo si no se acompaña de una cruzada de concienciación en el uso e importancia de las herramientas tecnológicas y el fortalecimiento a su cultura.

Hubiésemos querido escuchar propuestas innovadoras en edu-comunicación, que busquen y generar espacios culturales de fortalecimiento a la cultura, tradiciones de las comunidades asentadas en el territorio o programas en vídeo on-line, locutorios, conferencias virtuales en tiempo real, capacitación virtual etcétera. Pero no, las propuestas todavía son eso, propuestas.

En este afán la institución aspira incrementar profesionales de apoyo, para mantener actualizada la página web y poner en marcha un plan de comunicación que revitalice los intereses institucionales poniendo a punto las ventajas comparativas y competitivas que ofrece la Web 2.0.

Con estas acciones el Gobierno Provincial cree contribuirá responsablemente al desarrollo integral de la sociedad cañareña, al menos en lo que a comunicación y usos de la TIC's se refiere, ya que si miramos desde el ángulo económico de costo beneficio la tecnología digital abarata considerablemente los costes y el recurso tiempo.

Como se ha dicho en líneas anteriores, una institución sin internet, sin las TIC's es una institución altamente vulnerable. Sin embargo todo el esfuerzo puede resultar en vano, si antes no se entiende ni reubica a la comunicación en el sitio que le merece y se la respeta como el eje gestor del desarrollo integral de una organización y de la sociedad toda.

El impulso a una transformación de la práctica tradicional de hacer comunicación, requiere del acoplamiento a las políticas públicas, a una ley de comunicación que fomente, regule y favorezca al desarrollo endógeno del país. Las unidades operativas, de una organización o institución deben articularse de manera complementaria, al igual que los públicos sin distinción entre urbano y rural, sino con políticas que promuevan la igualdad de oportunidades asegurando el acceso y participación equitativa en los procesos de comunicación, rebasando concepciones planas que promueven la competencia y no la complementariedad.

La óptica relacional vislumbra estrechas vinculaciones entre todas las partes que conforman un todo, no enfrenta lo rural con lo urbano, más bien se concentra en cómo potenciar relaciones de beneficio mutuo.

4.5 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez cumplido el trabajo investigativo de campo desarrollado en el Gobierno Provincial del Cañar, con respecto al desempeño y utilidad de la comunicación y uso de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) llegamos a las siguientes conclusiones:

- Los procesos de comunicación se desarrollan de manera informal, debido a que la institución no tiene definido una política comunicacional que le permita construir un plan de comunicación que responda a los fines institucionales e intereses colectivos; por esta razón, buena parte de la información se filtra a través de los mandos medios, a manera de elucubración, rumor o especulación, desnaturalizando la oficialidad de la información.
- Los programas de capacitación y actualización de conocimientos dirigidos a los empleados y trabajadores del Gobierno Provincial del Cañar se han desarrollado de manera esporádica y discontinua.
- No existe conciencia sobre el rol e importancia de la comunicación en la organización, así como del aporte que ofrece para el desarrollo armónico e integral de la institución. Por esta razón, el uso de las TIC's y las Web 2.0 es limitado.
- Pese a que la entidad tiene nuevos servidores y herramientas como la página web institucional, un blog informativo, correos electrónicos, entre otros, éstas no son aprovechadas en su totalidad.
- La Sección de Comunicación se encuentra subordinada y dependiente de otros departamentos ajenos a la comunicación, desmereciendo la importancia en la organización.
- La Sección Comunicación no cuenta con auténticos profesionales en la rama de comunicación e informática que permitan aprovechar al máximo las bondades que ofrece las nuevas tecnologías.
- Una de las razones para la no aplicación de las herramientas Web 2.0, sin duda, obedece a la débil cobertura del servicio de internet en las áreas rurales de la provincia y al desconocimiento de su uso.

- La comunicación externa se desarrolla mediante la utilización de los mass media en procesos de comunicación masiva con características comerciales, y mecenazgo y no de contenido institucional, rayando la propaganda política y la esponsorización.
- Un estudio, a nivel de Sudamérica, reveló que en Ecuador únicamente el 5,1% usa internet. Confirmando el descuido de gobiernos anteriores que no se interesaron por la falta de una política pública a escala nacional que impulse la implementación y el uso de las TIC's en el país, sin embargo, el actual régimen preocupado por esta situación elevó a política de Estado el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación con el objeto de democratizar la comunicación, información y el conocimiento mediante el uso de la red de internet.
- Los conceptos sobre Responsabilidad Social corporativa aún son desconocidos por la mayoría de los funcionarios de la entidad, poniéndolo al margen frente a otras instituciones que definen su reputación en función de un compromiso social, ambientalmente amigable con la naturaleza respetando la cultura y la forma del desarrollo endógeno de las comunidades.

4.6. RECOMENDACIONES

Una vez analizada las circunstancias y condiciones en la que se desarrolla la comunicación en el Consejo Provincial del Cañar, nos permitimos realizar las siguientes recomendaciones:

- Establecer políticas comunicacionales que respondan a los fines institucionales.
- Elaborar un plan de comunicación integral conforme a las políticas de la organización para ello se requerirá el concurso de profesionales en la rama. Esto permitirá que la comunicación sea manejado con parámetros técnicos de control, monitoreo y

evaluación de resultados, ello garantizará el manejo profesional de la comunicación, imagen y reputación institucional.

- Socializar de manera continua con todo el personal los objetivos y las políticas institucionales mediante el desarrollo de talleres participativos, motivacionales y de autoestima, con el propósito de interiorizar el sentimiento de pertenencia a la empresa, el que se verá reflejado en una óptima la atención al público.
- Desarrollar jornadas de capacitación a todo el personal sobre el uso responsable e importancia de las herramientas Web 2.0, con la finalidad de disminuir el grado de resistencia al cambio tecnológico, en remplazo de los métodos tradicionales. Para ello se sugiere aplicar procesos de socialización y consenso para definir las temáticas.
- Equipar con tecnología de punta a cada una de las secciones, a fin de que permita mantenerse a vanguardia de los modernos e innovadores procesos de gestión, comunicación e imagen corporativa.
- Darle el sitio y rol de importancia que tiene la comunicación entendiéndola como el eje transversal del desarrollo de una organización y sociedad.
- Trabajar de forma mancomunada con otros organismos estableciendo alianzas estratégicas para conseguir ampliar la cobertura del servicio de internet, especialmente en los centros poblados de las zonas rurales.
- Desarrollar procesos comunicacionales internos y externos mediante la implementación de buzones de sugerencia y su respectivo monitoreo, implementación de una oficina de atención, quejas y denuncias al cliente, atención telefónica gratuita, comunicados de prensa, ruedas y conferencias de prensa, recorridos de prensa mediante visitas guiadas, utilización de las redes sociales e internet a gran escala.

- Desarrollar herramientas tecnológicas de comunicación e información y enlazarlos a las redes sociales de mayor prestigio en el mundo.
- Inculcar los conceptos de Responsabilidad Social corporativa mediante acciones concretas que permitan posicionar al Gobierno Provincial como una empresa comprometida con el desarrollo integral de las comunidades respetando su cultura, su entorno y medioambiente.

REFERENCIA

LIBROS

- Constitución Política de la República del Ecuador de 2008.
- Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) del Gobierno Provincial, 2007.
- VÁZQUEZ, Lola; Saltos, Napoleón. Ecuador su realidad. Fundación José Peralta. Cap. Poder y Comunicación. Pág. 315.

REVISTAS

- GUEVARA, Melitón [C.V.] Profesor de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México melitonguevara@hotmail.com.
- Revista Latina de Comunicación Social N° 64 – 2009. Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54.
- TÚÑEZ, Miguel; Guevara, Melitón (2009). “Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias” en Revista Latina de Comunicación Social N° 64 – 2009 páginas 1030 a 1044.

PERIÓDICOS

- Diario El Mercurio de Cuenca, Ecuador, varios números, septiembre -octubre de 2010.
- Diario El Tiempo de la ciudad de Cuenca - Ecuador, varios números, septiembre - octubre 2010.
- Diario Hoy, Quito –Ecuador, 29 abril 2010 | 00:06

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Ahora Facebook habla y Skype es más social. 20minutes.es. (n.d.). Tecnología. <http://www.20minutos.es/noticia/843505/0/facebook/skype/>. Consulta el 25 - 10 – 2010.

- Barragan, Daniel (23 – 09 - 2009). Transparencia y Acceso a la Información Pública en el Ecuador / New resource: Transparency and Access to Publ. <http://www.accessinitiative.org/blog/2009/09/nueva-publicacion-transparencia-y-acceso-a-la-informacion-publica-en-el-ecuador-new-res>. Obtenida el 27 - 10 – 2010.
- Coalición Acceso (n. d.). Manual del Capacitador Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. <http://www.uta.edu.ec/v2.0/pdf/externos/CapacitadorLOTAIP.pdf>. Obtenida el 27 - 10 – 2010.
- Falla Aroche, Stephanie (n.d.). Maestros del web. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/queeswiki/>. Obtenida el 25 – 10 – 2010.
- Flickr (n.d.). <http://es.wikipedia.org/wiki/Flickr>. Consultado el 25 - 10 – 2010.
- GCS- Grupo de Constructivismo Social (30 – 01 - 2008). “Ventajas de YouTube”. <http://grupo-gcs.blogspot.com/2008/01/ventajas-de-youtube.html>. Obtenida el 25 - 10 – 2010.
- Gutiérrez, Juan Carlos (2008). Las TIC's en el Ecuador. blogs.utpl.edu.ec/sociedaddelainformacion2008/files/.../presentacion.ppt. Consultado el 09 de agosto de 2010.
- Hawaiian Words (19 – 09 - 2008) obra=mauimapp.com. <http://es.wikipedia.org/wiki/Wiki>. Consultado el 25-10-2010.
- ImasDMarketing (n.d). Issuu. Práctica herramienta 2.0 para crear publicaciones profesionales. <http://www.imasdmarketing.com/tutoriales/176-issuu.html>. Consultado el 25 - 10 – 2010.
- Issuu, convierte tus documentos PDF en revistas virtuales (29 – 01 - 2008). <http://www.genbeta.com/web/issuu-convierte-tus-documentos-pdf-en-revistas-virtuales>. Consultado el 25 - 10 – 2010.
- Lajas, Jacinto (agosto, 17 de 2010) Información Cívica: evaluando el uso de las TIC's en la sociedad civil de Latinoamérica. <http://www.informacioncivica.info>. Consultado el 09 de agosto de 2010.
- Merholz, Peter (1999). «Peterme.com». The Internet Archive. <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>. Consultado 25-10- 2010.

- Paula, Gonzalo (agosto, 26 de 2010). Periodismo Ciudadano. Teléfonos móviles y periodismo. <http://www.periodismociudadano.com>. Obtenido el 09 de agosto de 2010.
- Suarez, Pablo Javier (30 - 07 - 2008). Crear una revista online desde un PDF. <http://www.kabytes.com/aplicaciones-online/crear-una-revista-online-desde-un-pdf/>. Consultado el 25 - 10 - 2010.
- Web 2.0 (n.d.). http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 25 -10 - 2010. Consultada el 25 - 10 - 2010.

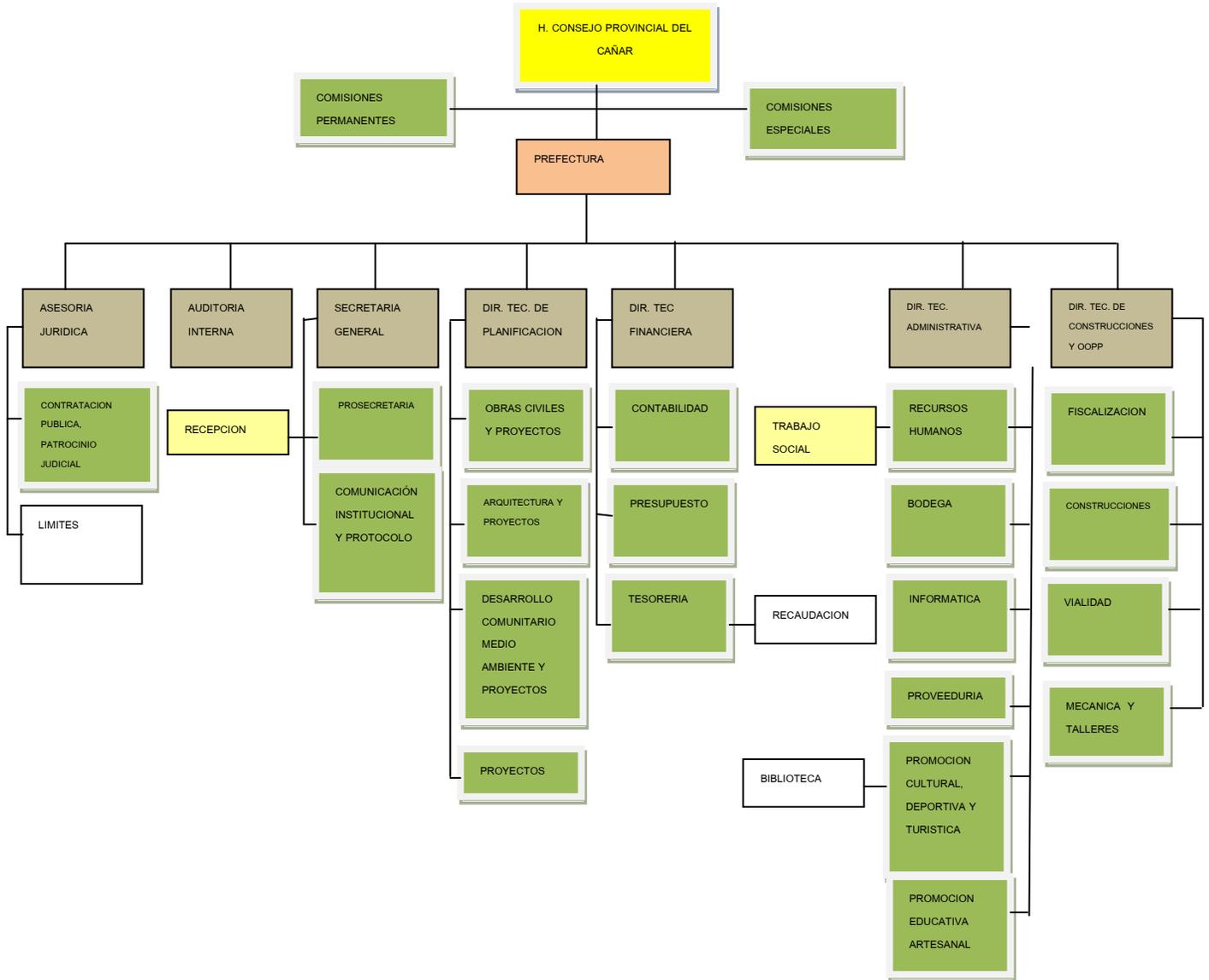
OTRAS FUENTES

- Recolección de datos en la Sección de Recursos Humanos.
- Entrevista al Sr. Carlos Olmedo Palacios Lituma sobre la historia del Gobierno Provincial del Cañar.
- Entrevista al Lcdo. Javier Ruilova, Jefe de la Sección de Comunicación Institucional y Protocolo, sobre el uso de las TIC's en la institución.
- Diálogo con el Dr. Santiago Correa Padrón, Prefecto de la provincia del Cañar. Se aborda los programas y proyectos institucionales que se prevé ejecutar en el corto y mediano plazo.
- Entrevista al Ing. Fabricio García, funcionario de la Sección de Informática. Se aborda la historia del uso de la informática en la entidad.
- Entrevista a la Ing. Diana Amoroso, Jefe de la Sección de Informática del Gobierno Provincial. Se aborda el tema uso de las TIC's.

Entrevista al Director del Departamento de Obras Públicas, Ing. Alfredo Coronel, sobre el tema: uso de las herramientas tecnológicas.

ANEXOS

ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

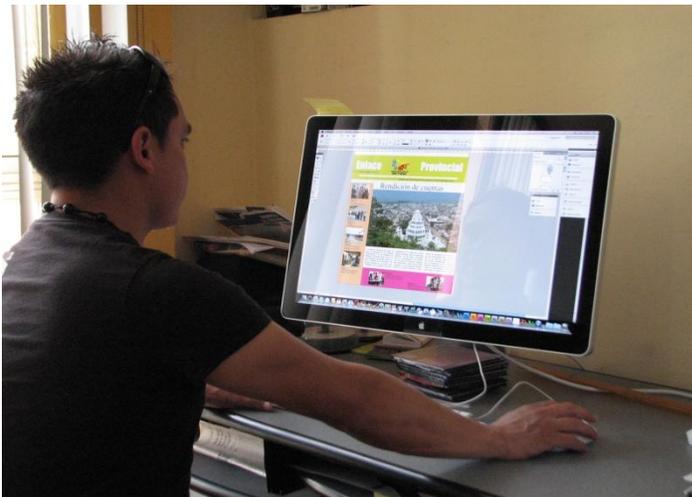


ELABORADO POR RECURSOS HUMANOS

PARTE DE LOS EQUIPOS DE LA SECCIÓN DE COMUNICACIÓN



Lcdo. Javier Ruilova, jefe de la Sección de Comunicación.



Diego Saquisilí trabaja en el diseño de la portada de la revista institucional.



Estos equipos tecnológicos fueron adquiridos en los primeros meses del presente año.



Vista del edificio del Gobierno Provincial del Cañar.

ANÁLISIS DE LA LOTAIP

El 18 de mayo de 2004 se promulgó la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información (LOTAIP). Desde esa fecha ha transcurrido seis años y, a pesar de los esfuerzos de la sociedad civil y del propio gobierno, no se ha logrado una implementación plena y efectiva de la ley. En este tiempo se han ejecutado varios procesos, unos por iniciativa gubernamental, otros por iniciativa de la sociedad civil, lo que nos han permitido aportar desde nuestras realidades y espacios a una cultura de mayor transparencia. Aún cuando existe mucho por hacer, debemos rescatar el hecho de haber contribuido al Ecuador con una herramienta como la LOTAIP, es de gran trascendencia.

Con la aprobación de la LOTAIP se presentó una gran oportunidad para todos los ecuatorianos: ejercer ciudadanía, demandar una verdadera rendición de cuentas y acabar con la cultura del secretismo.

La Constitución ecuatoriana reconoce de forma clara el derecho de acceso a la información. También existen varias leyes que pueden aplicarse para ejercer este derecho, sin embargo, debido a la cultura de secretismo que ha sido una puerta abierta para la corrupción y el debilitamiento del Estado, hubo la necesidad de legislar de manera particular sobre el tema.

...”Una legislación desarrollada constituye una oportunidad para cambiar hábitos y prácticas burocráticas secretistas (...). Resulta importante regular el ejercicio del derecho de acceso a la información pública de manera que brinde mayores oportunidades a las personas, a los grupos y a las comunidades, para obtener información necesaria que permita construir activamente la democracia en un espacio público”.²⁴

²⁴ NAVAS, Marco, La promoción del derecho de acceso a la información pública en el Ecuador. Pág. 22

El derecho de acceso a la información pública se reconoce como un derecho ciudadano, lo cual implica: **Una dimensión individual:** ciudadanos demandando información que les sirve en sus vidas cotidianas; y, **otra social:** fundamental para construir una mentalidad de lo público, lo cual da paso a contar con grupos de ciudadanos participando en la gestión de lo público.

Objeto de la Ley: “Una Ley sobre acceso a la información siempre deberá tener, como objetivo principal, viabilizar el mejor ejercicio del derecho establecido en la Constitución (Art. 81, y de forma más general en los instrumentos internacionales)”.²⁵

Art. 2. **Objeto de la Ley.** La presente Ley garantiza y norma el ejercicio del derecho fundamental de las personas a la información conforme a las garantías consagradas en la Constitución Política de la República, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Convención Interamericana sobre Derechos Humanos y demás instrumentos internacionales vigentes, de los cuales nuestro país es signatario.

Persigue los siguientes objetivos:

a) Cumplir lo dispuesto en la Constitución Política de la República referente a la publicidad, transparencia y rendición de cuentas al que están sometidas todas las instituciones del Estado que conforman el sector público, dignatarios, autoridades y funcionarios públicos, incluidos los entes señalados en el artículo anterior, las personas jurídicas de derecho privado que realicen obras, servicios, etcétera, con asignaciones públicas. Para el efecto, adoptarán las medidas que garanticen y promuevan la organización, clasificación y manejo de la información que den cuenta de la gestión pública;

b) El cumplimiento de las convenciones internacionales que sobre la materia ha suscrito legalmente nuestro país;

²⁵ NAVAS, Marco, La promoción del derecho de acceso a la información pública en el Ecuador. Págs. 23 y 24

- c) Permitir la fiscalización de la administración pública y de los recursos públicos, efectivizándose un verdadero control social;
- d) Garantizar la protección de la información personal en poder del sector público y/o privado;
- e) La democratización de la sociedad ecuatoriana y la plena vigencia del estado de derecho, a través de un genuino y legítimo acceso a la información pública; y,
- f) Facilitar la efectiva participación ciudadana en la toma de decisiones de interés general y su fiscalización.

El artículo 81 de la Constitución ecuatoriana establece:

- a) La garantía del libre acceso a fuentes de información (inciso primero).
- b) El derecho a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad (inciso 1ero.)
- c) La garantía específica del acceso a los archivos públicos, salvo la reserva respecto de informaciones que reposen en estos, salvo por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley (inciso tercero).

Las entidades públicas, para cumplir con lo que establece la LOTAIP, deben presentar sus informes en todas las dependencias de las Defensorías Públicas, para que éstas, a su vez, remitan a la Dirección Nacional de la Defensoría Pública para consolidar los datos y analizar cuántas instituciones han cumplido. Se destaca, en términos generales, que a pesar de estar en vigencia esta ley desde hace seis años, no hay fiel cumplimiento. Según un estudio efectuado por Fundamedios, de alrededor de 5.000 instituciones públicas que existen en el país, apenas 164 entregaron en el 2010 el reporte anual de cumplimiento de la Ley a la Defensoría del Pueblo, la autoridad encargada de velar por la aplicación de esta normativa.

Con estos antecedentes, queremos manifestar que el Gobierno Provincial del Cañar cumple con lo que estipula la LOTAIP, transparentar la información, aunque en algunos casos ésta no es actual.

Así: en su **estructura orgánica funcional**, el Organigrama se encuentra actualizado y cumple con lo regido por la ley. En el Orgánico Funcional aparecen los estatutos y normas sobre cómo fue creada la institución. En Metas y Objetivos se puede visualizar lo previsto por la institución a corto, mediano y largo plazo.

En la opción **directorío completo de la institución**, se observa que se presenta el directorío completo y distributivo de su personal, nómina de empleados de planta y por contrato, sin embargo no está actualizado, todavía constan en lista empleados que ya no se encuentran dentro de la institución.

Sobre **la remuneración mensual por puesto**, se detalla la remuneración mensual por cargo, una nómina de las autoridades y servidores públicos administrativos y servidores públicos obreros.

En torno a los **servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos**, cumple con lo establecido en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, con relación a los horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones.

En el link **texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes en la institución**, presenta el décimo cuarto contrato colectivo de trabajo y décimo quinto contrato colectivo de trabajo.

En la opción **se publicarán**, se visualiza los formularios o formatos de solicitudes para realizar trámites en el Gobierno Provincial del Cañar, pero no se puede acceder a estos.

En el enlace **información total sobre el presupuesto anual que administra la institución**, solamente se puede apreciar el acta de presupuesto anual desde el año 2006 hasta el 2010, pero no valores y datos cuantitativos.

Sobre **los resultados de las auditorías internas y gubernamentales**, se hace constar de los años anteriores, no así las del año en curso, lo cual indica que la información no está actualizada.

En el link **información completa y detallada sobre los procesos precontractuales**, visualizamos que se hace constar datos generales concernientes a los procesos precontractuales, de licitaciones, contratos y convenios, de adjudicación y liquidación, de la contratación de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones.

En la conexión **un listado de las empresas y personas**, se presenta el listado de personas y empresas que han incumplido contratos con la institución, pero no hay acceso al mismo, debido a que aparece como servidor no encontrado.

En planes y programas de la institución en ejecución, consta en diferentes vínculos el décimo cuarto contrato colectivo del Gobierno Provincial del Cañar y los planes de: contrataciones, adquisiciones e inversiones de obras desde el año 2006 hasta el 2010.

En el **detalle de los contratos de crédito externos o internos**, se exponen los contratos de créditos internos y externos, y adjunta la tabla de amortización de un tamaño que no se puede visualizar con claridad, debido a que es muy pequeño.

En mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, se establece la rendición de cuentas a la ciudadanía a través de la presentación de informes de: patronato, planificación, cultura, recursos humanos y artesanales.

Sobre los viáticos, aparecen los justificativos de las autoridades, dignatarios y funcionarios públicos en movilización, tanto nacional como internacional. Los datos presentados en los vínculos son desde el año 2007.

En el enlace el nombre, se da a conocer el nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta Ley.

Luego de esto se observa las palabras “no aplica”; se desconoce a qué se refiere, de alguna forma confunde al cibernauta o al ciudadano que intenta conocer el grado de cumplimiento de la LOTAIP de parte de la entidad provincial.

Sobre **los organismos seccionales**, se observa links con información sobre actas de las sesiones de consejos, resoluciones adoptadas en éstas, y ordenanzas; en cada uno de estos se desglosa información detallada con las fechas.

La información colocada por el Gobierno Provincial finaliza con las palabras “**no aplica**”.

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Entidad: Gobierno Provincial del Cañar

Entrevistado: Lcdo. Javier Ruilova

JEFE DE COMUNICACIÓN Y PROTOCOLO

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

➤ **Historia del departamento**

¿Cuándo se creó el departamento de comunicación?

¿Cuál es la misión y visión del departamento?

¿Cuántas personas laboran en el departamento de comunicación?

¿De qué áreas profesionales? (comunicación, publicidad, informática, derecho, psicología, etc.)

¿Existe un crecimiento del departamento de comunicación desde su creación hasta la actualidad?

¿Qué ha sido indispensable incrementar en el departamento desde que se creó hasta la actualidad?

¿Por qué?

¿Las fortalezas del departamento de comunicación son de tipo tecnológico, humano, ambas?

➤ **Públicos**

¿Tiene identificado su público objetivo?

¿Cuál es la estrategia que utilizan para llegar a sus públicos?

¿Realizan comunicación interna, externa, ambas?

¿Por qué manejan ese tipo de comunicación?

¿Cómo reaccionan sus públicos ante la comunicación ofrecida?

¿Con qué herramientas de comunicación llegan a las comunidades?

➤ **Estrategias de comunicación**

- ¿Cuáles son las estrategias de comunicación utilizadas de enero a julio?
- ¿De éstas, cuál es la más exitosa?
- ¿Ha tenido algún fracaso en la utilización de estrategias de comunicación?
- ¿Qué estrategia?
- ¿Cómo superó ese momento?
- ¿Qué tipo de campaña de información usan para llegar al colectivo?

➤ **TIC's**

- ¿Qué herramientas de información y comunicación (TIC's) utiliza en el departamento de comunicación?
- ¿Utiliza herramientas Web 2.0?
- ¿Desde cuándo?
- ¿Cuáles?
- ¿Para qué?
- ¿Con qué frecuencia utilizan?
- ¿Cuál le da mejores resultados y por qué?
- ¿Cuál es la expectativa de crecimiento en el uso de las herramientas Web?
- ¿Cómo se ha sentido el cambio en el uso de los medios tradicionales frente a las exigencias de las TIC's?
- ¿Cómo ve los resultados?
- ¿Al incorporar las TIC's se ha generado alguna resistencia?
- ¿En qué medida afectó al proceso?
- ¿Existen espacios de capacitación y actualización para optimizar el uso de las TIC's?

➤ **Importancia de la comunicación**

- ¿Quién elabora las políticas de comunicación?

- ¿Qué importancia tiene el departamento de comunicación para su empresa?
- ¿Considera que la comunicación influye en alcanzar los objetivos de la organización?
- ¿Cómo es la comunicación interna y externa?
- ¿Por qué?
- ¿Cómo se dan los procesos de comunicación interna?
- ¿Cuál es la estrategia de comunicación institucional para con los medios de comunicación?
- ¿Tienen un plan de comunicación?
- ¿Cuál?
- ¿Cuentan con presupuesto asignado para el departamento?

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Entidad: Gobierno Provincial del Cañar

Entrevistado: Ing. Diana Amoroso

JEFE DE LA SECCIÓN DE INFORMÁTICA

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

➤ **Historia del departamento**

¿Cuándo se creó el departamento de Sistemas?

¿Cuál es la misión y visión del departamento?

¿Cuántas personas laboran en este departamento?

¿Existe crecimiento del departamento de Sistemas desde su creación hasta la actualidad?

¿Las fortalezas del departamento de Sistemas son de tipo tecnológico, humano, ambos?

➤ **TIC's (Tecnologías de Información y Comunicación)**

Al ser un área técnica Sistemas, ¿Qué herramientas de información y comunicación (TIC's) utilizan en el departamento y en toda la entidad (intranet, e mail)?

¿Con qué frecuencia?

¿Considera importante el uso de las TIC's en el departamento y en toda la institución?

¿Desde este departamento se ha sugerido la incorporación de nuevas herramientas, concretamente desde enero a julio?

¿Considera que hay ventajas y desventajas estar al día con la tecnología y por qué?

¿Estaría dispuesta a someterse a un cambio y poner en práctica el uso de las TIC's?

¿Cuál es la expectativa que tiene en torno al uso de las TIC's?

¿En el departamento de Sistemas hay capacitación y actualización de conocimientos sobre el uso de las TIC's?

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iii
AUTORÍA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIA	vi
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN EJECUTIVO	2
CAPÍTULO 1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	5
IMPORTANCIA DE LAS TIC's COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DEL ECUADOR	5
1.1 IMPORTANCIA DE UTILIZAR LAS TIC's COMO HERRAMIENTAS ACTUALES DE COMUNICACIÓN	5
1.1.1 SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN	8
1.1.2 LA CULTURA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CAMBIO	13
1.2 IMPLEMENTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA	13
1.2.1 TELEFONÍA MÓVIL Y RADIO SON NUEVAS FÓRMULAS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA	15
1.2.2 PERIODISMO CIUDADANO	16
1.2.3 EL DERECHO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS A LA COMUNICACIÓN	18

1.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS TIC's EN EL PAÍS	19
1.3.1 LAS TIC's GANAN POPULARIDAD EN EL ECUADOR	24
1.3.2 ESTADÍSTICAS DE USO DE TELEFONÍA	26
CAPÍTULO 2. ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN A INVESTIGAR	29
GOBIERNO PROVINCIAL AUTÓNOMO DEL CAÑAR	29
2.1. TIPO DE ENTIDAD, MISIÓN Y VISIÓN DE LA MISMA	29
2.1.2 OBJETIVOS	31
2.2. HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN. A QUIÉN ESTA DIRIGIDA. QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN REALIZA RESEÑA HISTÓRICA	32
2.2.1 PRESIDENTES Y PREFECTOS DEL H. CONSEJO PROVINCIAL	37
2.2.2 A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDA	38
2.2.3 QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN REALIZA	38
2.3. CÓMO SE ENCUENTRA ESTRUCTURADO EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN SELECCIONADA	40
CAPÍTULO 3. USO DE LAS TIC's EN LA ORGANIZACIÓN SELECCIONADA	42
ANTECEDENTE	42
HISTORIA SOBRE LA INCORPORACIÓN DE COMPUTADORES Y ACCESO A INTERNET EN EL GOBIERNO PROVINCIAL	43

3.1 CÓMO ES LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN SELECCIONADA	44
3.2 QUÉ HERRAMIENTAS WEB 2.0 UTILIZA LA ORGANIZACIÓN, INCLUYENDO EL POR QUÉ, LA FRECUENCIA EN SU USO, LOS OBJETIVOS POR LOS QUE FUERON IMPLEMENTADOS, PÚBLICO META	46
3.2.1 HERRAMIENTAS WEB 2.0 QUE PODRÍAN, UNAS, FORTALECERSE Y, OTRAS, APLICARSE	49
3.3 TIPO DE CONTENIDOS DIFUNDIDOS A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS WEB 2.0	55
3.3.1 ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DEL GOBIERNO PROVINCIAL DEL CAÑAR	55
3.4 ESTRATEGIAS DE TIC's EN COMUNICACIÓN QUE HAN RESULTADO EXITOSAS PARA LA ORGANIZACIÓN	58
3.5 FUTURAS PROYECCIONES A TRAVÉS DE INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN	58
CAPÍTULO 4. PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC's EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	61
4.1 PANORAMA PROVINCIAL SEGÚN LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES	63
4.1.1 TWITTER CRECE EN LATINOAMÉRICA	64

4.2 DEFINA LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	65
4.2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN	68
4.3 RELACIONE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON LAS EXPECTATIVAS DE TRABAJO SOBRE LAS TIC's	72
4.4 ANALIZAR LA SITUACIÓN EN CUANTO AL USO DE LAS TIC's INCLUYENDO UNA PROYECCIÓN FUTURA	76
4.5 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	79
4.6 RECOMENDACIONES	81
REFERENCIAS	84
ANEXOS	87