

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

Tema: “MODELO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES DEL SIS ECU 911”

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Grado Académico de
Magister en Periodismo Digital

Autora: Licenciada Ángela Margoth Fonseca Villena.

Director: Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magister.

Ambato – Ecuador

2017

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales El Tribunal receptor del Trabajo de Investigación, presidido por Doctor Franklin Nectario Medina Guerra Magister, e integrado por los señores Doctor Alex Rodrigo Tamayo Maldonado Magister, Ingeniero Carlos Alberto Martínez Bonilla Magister, Doctor Álvaro Jiménez Sánchez PhD, designados por la Unidad Académica de Titulación de Posgrado de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “MODELO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES DEL SIS ECU 911”, elaborado y presentado por la señora Licenciada Ángela Margoth Fonseca Villena, para optar por el Grado Académico de Magister en Periodismo Digital; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Dr. Franklin Nectario Medina Guerra Mg.
Presidente del Tribunal.



Dr. Alex Rodrigo Tamayo Maldonado Mg.
Miembro del Tribunal.



Ing. Carlos Alberto Martínez Bonilla Mg.
Miembro del Tribunal.



Dr. Álvaro Jiménez Sánchez Phd.
Miembro del Tribunal.

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

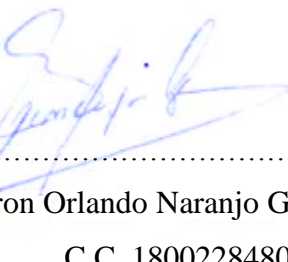
La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Investigación presentado con el tema: “MODELO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES DEL SIS ECU 911”, le corresponde exclusivamente a: Licenciada Ángela Margoth Fonseca Villena, Autora bajo la Dirección de Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magister, Director del Trabajo de Investigación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



.....
Licenciada Ángela Margoth Fonseca Villena

C.C. 1803425857

AUTORA



.....
Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magister

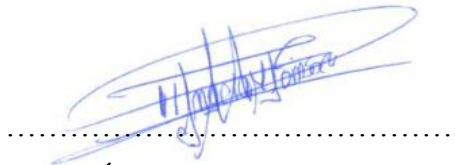
C.C. 1800228480

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Investigación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Licenciada Ángela Margoth Fonseca Villena
C.C. 1803425857

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada	i
A la Unidad Académica de Titulación.....	ii
Autoría del Trabajo de Investigación	iii
Derechos de Autor.....	iv
Índice General de Contenidos	v
Índice de Tablas	viii
Índice de Gráficos	ix
Índice de Ilustraciones.....	x
Agradecimiento	xi
Dedicatoria	xii
Resumen Ejecutivo.....	xiii
Executive Summary.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA	3
1.1 Tema de Investigación	3
1.2. Planteamiento del problema	3
1.2.1. Contextualización del problema.....	3
1.2.2. Diagrama causa – efecto	8
1.2.3. Análisis crítico.....	9
1.2.4. Prognosis	9
1.2.5. Formulación del problema	10
1.2.6. Preguntas directrices	10
1.2.7. Delimitación del objeto de investigación	10
1.3. Justificación.....	11
1.4. Objetivos	12
1.4.1. General	12
1.4.2. Específicos	12

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Antecedentes investigativos	13
2.2 Fundamentación filosófica	16

2.3 Fundamentación legal	16
2.4.1. Red de categorías fundamentales	24
2.4.2. Variable dependiente.....	25
2.4.3. Variable independiente.....	27
2.5. Hipótesis.....	36
2.6. Señalamiento de variables de la hipótesis	36

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA	37
3.1. Enfoque	37
3.2. Método de la investigación	37
3.3. Modalidad de la investigación.....	38
3.4. Población.....	38
3.5. Muestra.....	41
3.6. Técnica	42
3.7. Operacionalización de variables.....	42
3.8. Recolección de información.....	45
3.9. Plan de recolección de información	45
3.10. Proceso y análisis	46
3.10.1. Plan de procesamiento.....	46
3.10.2. Plan de análisis e interpretación	46

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	47
4.1. Análisis e interpretación de los resultados	47
4.2. Verificación de hipótesis	59
4.3. Hipótesis.....	59
4.4. Descripción de la población	60
4.5. Fórmula cálculo del chi cuadrado	60
4.5.1. Determinación de grados de libertad.....	60
4.5.2. Cálculo de datos	60
4.5.5. Decisión.....	61

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
5.1 Conclusiones	62
5.2 Recomendaciones.....	63

CAPÍTULO VI

PROPUESTA.....	65
6.1 Datos informativos	65
6.2 Antecedentes de la capacidad de respuesta del ECU 911 Zonal 3.....	69
6.3 Justificación.....	73
6.4 Objetivos	74
6.5 Análisis de factibilidad.....	74
6.5.1 Factibilidad administrativa.....	74
6.5.2 Factibilidad legal	75
6.5.3 Factibilidad económica	75
6.6 Fundamentación	75
6.7 Metodología del modelo comunicacional propuesto	78
6.7.1 Etapa 1: Eventos en proceso y eventos atendidos	80
6.7.2 Etapa 2: Selección de eventos a difundir	82
6.7.3 Etapa 3. Boletín preliminar y final	86
6.7.4 Etapa 4: Medios de comunicación notificados.....	91
6.8. Administración de indicadores	97
BIBLIOGRAFÍA	101
ANEXOS.....	104
ANEXO 1: FORMATO DE ENCUESTA	104
ANEXO 2: FORMATO DE BOLETÍN ACTUAL.....	107
ANEXO 3. GLOSARIO.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variación acumulada en seguridad social	5
Tabla 2. Número de medios de comunicación por regiones	6
Tabla 3. Población atendida por Centro Zonal 3.....	7
Tabla 4. Clasificación de redes sociales directas	29
Tabla 5. Cronología de las redes sociales	30
Tabla 6. Modelos de comunicación.....	31
Tabla 7. Medios de comunicación de Cotopaxi	39
Tabla 8. Medios de comunicación de Pastaza.....	40
Tabla 9. Medios de comunicación de Tungurahua	40
Tabla 10. Variable independiente- Comunicación en redes sociales	43
Tabla 11. Variable dependiente-Seguridad Ciudadana.....	44
Tabla 12. Plan de Recolección de datos	45
Tabla 13. Medio de comunicación por provincia.....	47
Tabla 14. Tipo de medio de comunicación	48
Tabla 15. Uso de redes sociales	48
Tabla 16. Medios de recepción de información	49
Tabla 17. Flujo de información	50
Tabla 18. Interacción con instituciones públicas	51
Tabla 19. Verificación fuentes de información.....	52
Tabla 20. Tipos de eventos.....	53
Tabla 21. Frecuencia recepción información	54
Tabla 22. Percepción de la información emitida por el ECU 911.....	55
Tabla 23. Importancia de difundir información	56
Tabla 24. Confirmación de información	57
Tabla 25. Percepción herramientas utilizadas por el ECU 911.....	57
Tabla 26. Sugerencias al Departamento de Comunicación.....	58
Tabla 27. Cámaras de video vigilancia instaladas.....	70
Tabla 28 Claves rojas por provincia y cantón atendidas 2016.....	71
Tabla 29. Tabla de atención clave roja por instituciones	72
Tabla 30. Incidentes captados por Video Vigilancia Clave Roja.....	73
Tabla 31. Descripción del proceso PHVA para definir modelo comunicacional	78
Tabla 32. Descripción del modelo.....	79
Tabla 33. Indicadores de monitoreo	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Las 10 redes sociales más usadas en el mundo	4
Gráfico 2. Penetración de las redes sociales por región durante 2010	4
Gráfico 3. Red de inclusiones	23
Gráfico 4. Provincia del medio de comunicación	47
Gráfico 5. Tipo de medio de comunicación	48
Gráfico 6. Uso de redes sociales	49
Gráfico 7. Medios de recepción de información	50
Gráfico 8. Flujo de información	51
Gráfico 9. Interacción con instituciones públicas	52
Gráfico 10. Verificación fuentes de información	52
Gráfico 11. Tipos de eventos.....	54
Gráfico 12. Frecuencia recepción información	55
Gráfico 13. Percepción de la información emitida por el ECU 911	55
Gráfico 14. Importancia de difundir información	56
Gráfico 15. Confirmación de información	57
Gráfico 16. Percepción herramientas utilizadas por el ECU 911	58
Gráfico 17. Claves rojas por provincias 2016	71
Gráfico 18. Instituciones de emergencia clave roja	72

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Porcentaje de población con teléfono celular y redes sociales	6
Ilustración 2. Árbol de problemas	8
Ilustración 3. Red de categorías fundamentales	24
Ilustración 4. Modelo de comunicación horizontal	35
Ilustración 5. Cobertura nacional	66
Ilustración 6. Modelo de gestión	67
Ilustración 7. Modelo comunicacional horizontal	75
Ilustración 8. Ciclo PHVA de Deming.....	77
Ilustración 9. Modelo comunicacional propuesto para el ECU 911	79
Ilustración 10. Modelo de gestión ECU 911	80
Ilustración 11. Personal Operativo del SIS ECU 911 Zonal 3	81
Ilustración 12. Formato de boletín propuesto.....	89
Ilustración 13. Formato de boletín con la mejora.....	90
Ilustración 14. Twitter emergencia.....	93
Ilustración 15. Publicación Facebook	94
Ilustración 16. Ejemplo accidentes de tránsito-Cotopaxi.....	95
Ilustración 17. Ejemplo accidente de tránsito-meses	95
Ilustración 18. Ejemplo accidente de tránsito-horario	96
Ilustración 19. Ejemplo accidente de tránsito-recursos despachados	96
Ilustración 20. Flujograma del manejo comunicacional	98

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar al ser Supremo, único dueño de todo saber y verdad, por iluminarme y guiarme durante esta etapa de mi vida por permitirme finalizar con éxito; y, en segundo lugar a mi querido padre, por su apoyo incondicional y el esfuerzo diario que realizó por brindarme una buena educación.

Debo agradecer también de manera especial y sincera al Dr. Byron Naranjo por brindarme su guía y dirección en este trabajo investigativo, pues su apoyo, confianza y capacidad ha sido un aporte invaluable así como en mi formación profesional.

Los esfuerzos mayores, por más individuales que parezcan, siempre están acompañados de apoyos imprescindibles para lograr concretarlos. En ésta oportunidad, mi reconocimiento y agradecimiento al Servicio Integrado de Seguridad ECU 911; por permitirme desarrollar una propuesta en beneficio del área de comunicación.

DEDICATORIA

A Dios, por darme fortaleza para lograr un escalón más en mi vida profesional, por darme sabiduría para concluir esta meta.

A mi querido esposo, quien me brindó su apoyo incondicional en este proceso, a mis hijos por brindarme su tiempo y cariño.

A mis padres por ser la guía permanente en mi camino.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

TEMA:

“MODELO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES DEL SIS ECU 911”

AUTORA: Licenciada Ángela Margoth Fonseca Villena
DIRECTOR: Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magister
FECHA: 5 de Octubre 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo investigativo, se efectúa en el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, Zonal 3, en el área de comunicación; debido a que se evidencia que durante los años 2011 hasta la actualidad, se han definido actividades aisladas de comunicación hacia la ciudadanía, detectándose que era necesario definir un modelo de comunicación que precise la interrelación que existe entre el SIS ECU911, el uso de las redes sociales y los medios de comunicación para emitir información a la población. La metodología aplicada fue con enfoque cualitativo y cuantitativo, recogiendo datos que permitieron entender la situación actual del uso de las redes sociales por parte del ECU 911 con los medios de comunicación así como datos estadísticos que respaldan la gestión de emergencias que coordina el ECU 911, convirtiéndola en una investigación de campo; además se utilizó investigación bibliográfica en relación a modelos de comunicación propuestos por autores reconocidos como Beltrán L. quien fue el gestor de la comunicación con enfoque social. La recolección de datos, se realizó mediante encuestas aplicadas a los periodistas que laboran en los diferentes medios de comunicación. El modelo comunicacional creado permite que la información fluya en las diferentes etapas a través del uso de las redes sociales hacia los medios de comunicación para que difundan a la ciudadanía datos que se encuentren verificados y en el momento oportuno.

Palabras clave: emergencia, información, instituciones, medios, modelo de comunicación, periodistas, población, redes sociales, servicio, verificada.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

THEME:

"MEDIA-FOCUSED COMMUNICATION MODEL ON THE USE OF SOCIAL NETWORKS OF SIS ECU 911".

AUTHOR: Lcda. Ángela Margoth Fonseca Villena

DIRECTED BY: Dr. Byron Orlando Naranjo Gamboa

DATE: October 5, 2017

EXECUTIVE SUMMARY

The investigative work is carried out in the Integrated Security Service ECU 911, Zonal 3, in the area of communication; due to the fact that during these six years of management, isolated communication activities towards citizenship have been defined. It was necessary to define a communication model that specifies the interrelation between the SIS ECU911, the use of social networks and the media to issue information to citizens. The methodology applied was qualitative and quantitative, collecting data that is allowed to understand the current situation of the use of social networks by the ECU 911 with the media as well as statistical data that support the emergency management coordinated by ECU 911, turning it into a field of investigation ; In addition, bibliographic research was used in relation to communication models proposed by recognized authors as Beltran L. The data collection was done by surveys applied to journalists working in the different media. The communication model that was created allows information to circulate in different stages through the use of social networks to the media to spread to the public information that is verified and in a timely manner.

Key words: citizenship, emergency, information, institutions, journalists, media, model, social networks, service, verified.

INTRODUCCIÓN

La investigación busca generar un modelo comunicacional para ser utilizado en el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, a través del cual se utilizan las redes sociales para informar a los medios de comunicación para que difundan información veraz y confiable a la ciudadanía.

El trabajo se encuentra estructurado de la siguiente forma:

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

Se inicia con el planteamiento del problema, analizándolo desde un contexto macro, meso y micro de atención de emergencias, debido a que el SIS ECU 911, se enfoca en la atención de emergencias a nivel nacional. Establecimiento del árbol de problemas, continuando con el análisis crítico, pronosis, formulación del problema, preguntas directrices, delimitación del objeto de investigación, justificación, objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Se detallan antecedentes, la fundamentación filosófica, legal, categorías fundamentales, determinación de la red de categorías fundamentales de donde nace el sustento teórico de las variables independientes y dependientes abordando temas relacionados con la investigación y se definen las variables de la hipótesis.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se hace referencia al enfoque, modalidad de investigación, nivel de investigación, población y muestra, operacionalización de las variables, recolección de información, procesamiento y análisis.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para el diagnóstico, se presenta el análisis e interpretación de datos receptados en la encuesta aplicada a los periodistas de los diferentes medios de comunicación de las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Pastaza, mediante la tabulación de cada una de las preguntas planteadas con la respectiva interpretación.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con los resultados de la encuesta, se establecen conclusiones y recomendaciones respectivas.

CAPITULO VI: PROPUESTA

En este capítulo, se elabora la propuesta de la investigación describiendo el tema, los objetivos, la justificación y el desarrollo de cómo se elaboró el modelo y las diferentes etapas que lo contempla. Se establecen los indicadores de medición y finalmente se establecen las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema de Investigación

“MODELO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES DEL SIS ECU 911”

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización del problema

En relación a la seguridad ciudadana existen estudios latinoamericanos que indican el incremento de los índices de delincuencia. Un estudio en cinco países (Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica) estipuló índices de victimización por hogares entre dos y tres veces mayores al de los países industrializados, el principal es el asalto callejero, robo en domicilio y agresiones armadas (*National Democratic Institute*, 2000). En Brasil una investigación determinó que la tasa de homicidios se duplicó en una de las principales ciudades del país (Beato, 2003).

Existen datos que sugieren desconfianza en la policía; en una encuesta venezolana de 2006, 54% de las víctimas no denunciaron hechos delictivos ya que no se lograría mayor efecto, el 12,4% de los encuestados manifestaron que el agresor era policía, se determinó un 84% de los casos de corrupción y a 74% de los casos de extorsión (Gabaldón, 2001).

En Latinoamérica, de acuerdo a Desmond & Ungar (2009), mencionan: “...el crimen violento ha alcanzado niveles sin precedentes. Latinoamérica es actualmente la región más mortífera del planeta, debido a un aumento del 41% en el número de homicidios en la década de los noventa...”.

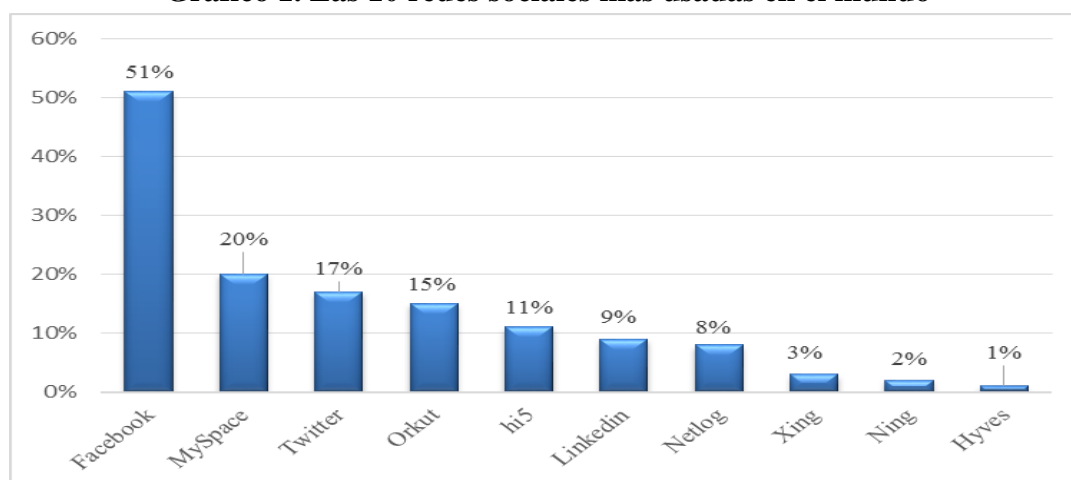
Por estas razones, los países buscan implementar sistemas, regulaciones que permitan reducir estos índices delincuenciales y brindar mayor seguridad a la ciudadanía.

En relación al uso de redes sociales es importante analizar información mundial del uso de redes sociales, se analizan los siguientes datos presentados por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones (2011):

El informe “*Social Media around the World*” elaborado entre diciembre de 2009 y enero 2010, por la empresa consultora belga *InSites Consulting* en siete regiones del mundo, donde se incluyeron 14 países (Bélgica, Holanda, Inglaterra, España, Italia, Portugal, Francia, Alemania, Rumania, Estados Unidos, Brasil, Australia, Rusia y China), devela que el 72% de los usuarios de Internet pertenece al menos a una red social, lo que se traduce en que hay 940 millones de usuarios en todo el mundo.

La cantidad mencionada de usuarios en estos países alcanza la cifra de 940 millones de usuarios, esto evidencia que cada vez más usuarios utilizan estas herramientas. En relación a ésta publicación las redes más utilizadas son:

Gráfico 1. Las 10 redes sociales más usadas en el mundo

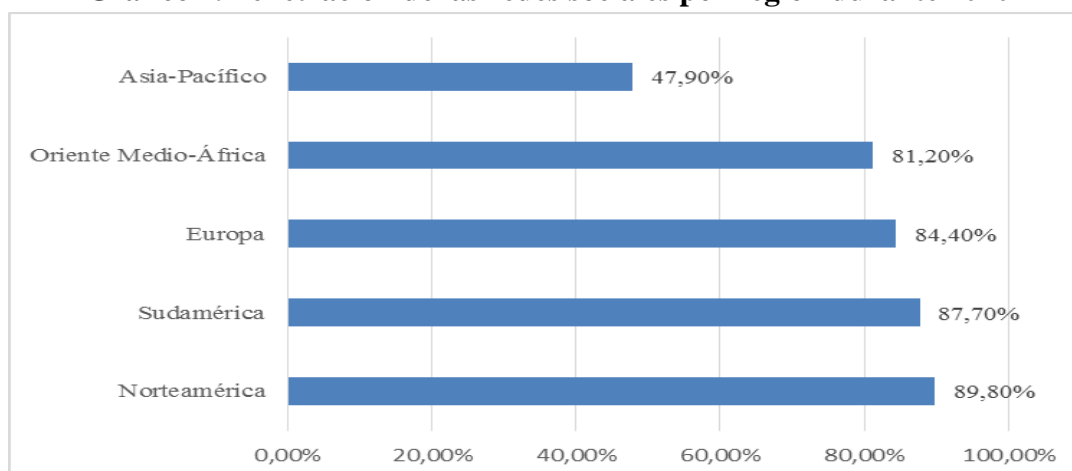


Elaborado: a partir de datos publicados en “*Social Media around the word*”

Fuente: tomado de Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa (2011)

Se observa que Facebook alcanza un 51% como la red social más utilizada, seguido por Myspace con 20%, Twitter 17%.

Gráfico 2. Penetración de las redes sociales por región durante 2010



Elaborado: a partir de *Europe Digital Year in Review* (2010)

Fuente: tomado de Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa (2011)

Según el gráfico presentado por Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa (2011) en Norteamérica las redes sociales tienen una presencia del 89,8%, seguida por Sudamérica con 87,7%.

- **Contextualización meso**

En su momento, el Ministerio Coordinador de Seguridad (2015), destacó lo expresado por el ex presidente Rafael Correa en el enlace ciudadano, donde "...destacó el importante giro que ha dado el país en materia de seguridad, siendo uno de los más trascendentales".

Tabla 1. Variación acumulada en seguridad social

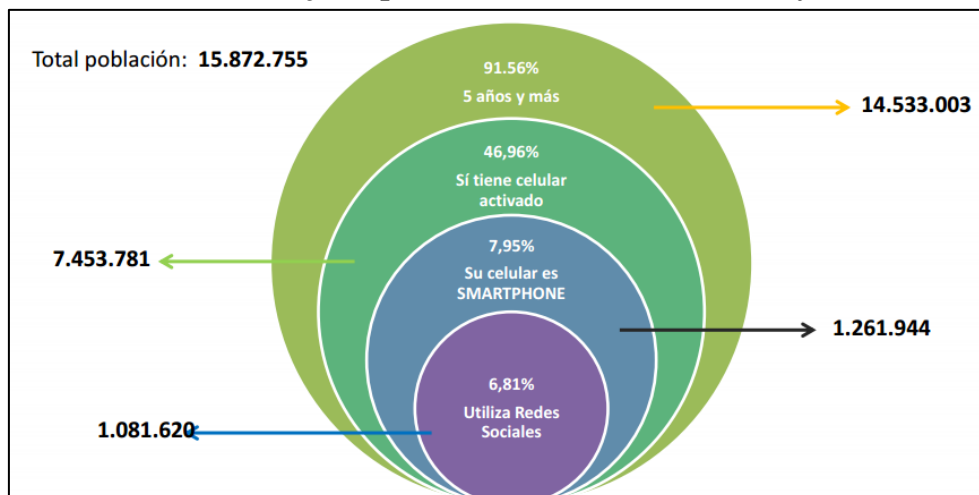
N.	Descripción	Tasa variación acumulada (Abr-Dic) 2013/2012	Tasa variación acumulada (Ene-Dic) 2014/2013
1	Robo a personas	-3,00%	-1,60%
2	Robo a domicilios	0,70%	-5,20%
3	Robo a locales comerciales	-6,40%	-7,60%
4	Robo a motocicletas	19,80%	-5,90%
5	Robo a vehículos	-13,10%	-6,90%
6	Robo de accesorios de vehículos	-2,00%	-6,40%
7	Homicidios / Asesinatos	-10,40%	-24,40%
8	Muertes por accidentes de tránsito	1,80%	2,00%
9	Violaciones	2,00%	0,40%

Fuente: tomado de Ministerio Coordinador de Seguridad (2015)

El Ministro de Defensa de ese entonces, Arq. Fernando Cordero mencionó que existe una mejora en la organización de la policía, por este motivo y otros más, el indicador de delito disminuyó; mencionó que Ecuador es el segundo país más seguro en Latinoamérica, pero que no por eso dejará de seguirse preocupando por la seguridad ciudadana. Se observa que ha habido diferencias notables según las estadísticas presentadas por el INEC y eso alienta a mejorar los servicios que brinda el ECU 911 (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

Con relación a las redes sociales en Ecuador, se presenta información recolectada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en relación al uso de las redes sociales (2013):

Ilustración 1. Porcentaje de población con teléfono celular y redes sociales



Fuente: tomado de INEC (2013)

De acuerdo a la información presentada por el INEC se observa que el 6,81% de la población utiliza redes sociales.

Para el estudio, se hace importante mencionar a los medios de comunicación existentes en Ecuador:

Tabla 2. Número de medios de comunicación por regiones

Región	Radio	TV	Impresos (64) y Digitales (5)
Costa	201	20	33
Sierra	263	32	33
Oriente	57	2	2
Insular	9	2	1
TOTAL	530	56	69

Fuente: tomado de ECU 911 (2016)

- **Contextualización micro**

El Servicio Integrado de Seguridad se encuentra dividido por zonas. Al Centro Zonal 3 le corresponde atender las provincias de Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua con una población total de 1´114.822 personas, siendo Ambato la ciudad sede del control de emergencias.

Tabla 3. Población atendida por Centro Zonal 3

Provincias	Población Beneficiada
Cotopaxi	457.404
Pastaza	99.855
Tungurahua	557.563
Total	1.114.822

Fuente: tomado de Ecu 911 (2012)

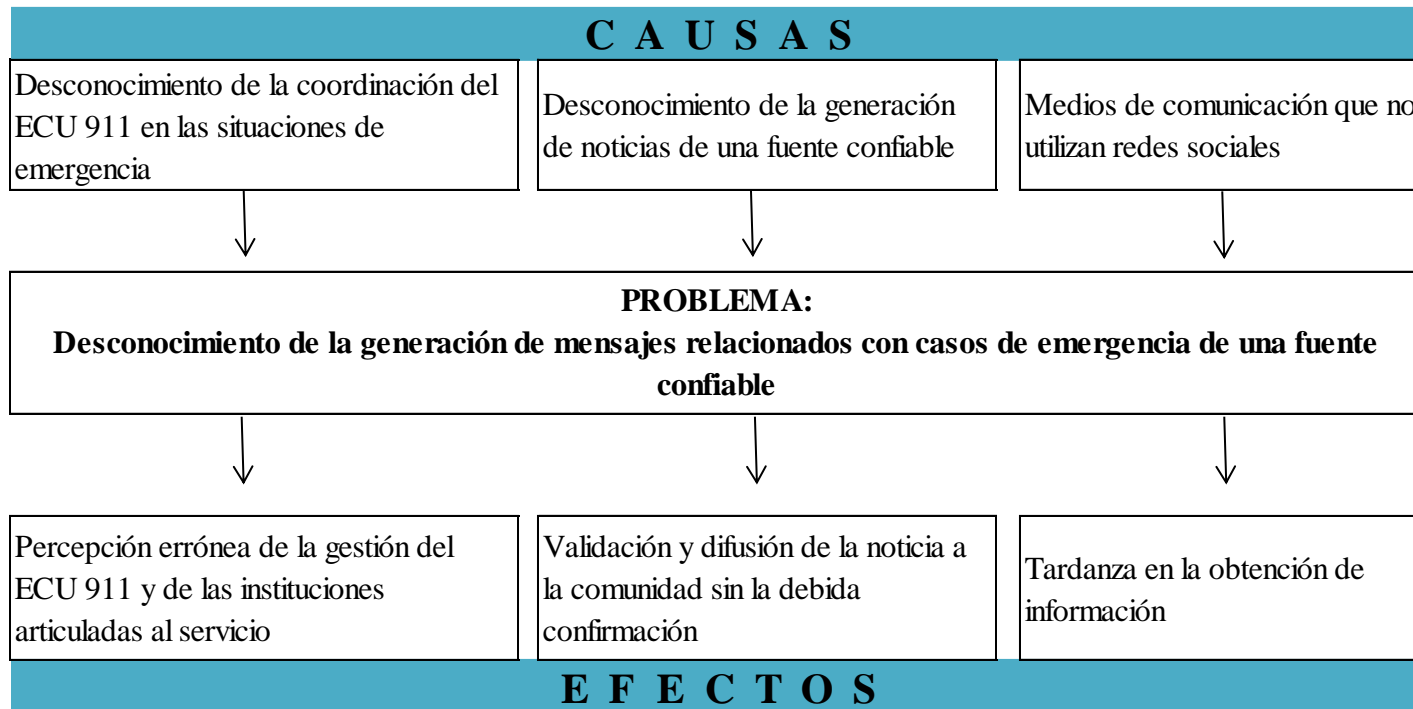
El SIS ECU 911 es una institución creada para coordinar a todas las instituciones de respuesta y aprovechar los recursos que tienen asignados.

En relación a la seguridad ciudadana y la atención de emergencias, diariamente se genera una gran cantidad de eventos que son atendidos por las diferentes instituciones que la integran, como son: Policía Nacional, Ministerio de Salud Pública, Cruz Roja, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Cuerpo de Bomberos, Fuerzas Armadas, Secretaría de Gestión de Riesgos, GAD Municipal, Agencia Nacional de Tránsito, Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Municipio de Ambato.

El Centro Zonal 3 ECU 911 cuenta con dos salas operativas que aportan en la desconcentración el sistema de video vigilancia en las provincias de Cotopaxi, ubicada en la ciudad de Latacunga y en la provincia de Pastaza en la ciudad del Puyo. Los eventos captados a través del monitoreo de estas salas locales son informados a través de la Dirección de Comunicación del Zonal 3, concentrado en la ciudad de Ambato.

1.2.2. Diagrama causa – efecto

Ilustración 2. Árbol de problemas



Fuente: elaboración propia

1.2.3. Análisis crítico

En los últimos años debido a la fuerte influencia de la tecnología en cuanto a comunicaciones, se ha generado una cultura de sensacionalismo que ocasiona incertidumbre y preocupación en la ciudadanía. Para frenar de alguna forma esta situación se implementó la Ley de Comunicación que fue aprobada en junio del 2013, documento emitido por la Superintendencia de la Información y Comunicación (2015); sin embargo, aún existen ciertos medios de comunicación que no lo aplican correctamente, razón por la cual han sido sancionados. La velocidad con la que una información se difunde a través de las redes sociales es alarmante, por lo mismo debe ser verificada antes de ser emitida.

Entre la ciudadanía existe desinformación del trabajo que realiza el ECU 911, por lo cual la información que se difunda a través de los distintos medios de comunicación es importante para crear confianza. Sin embargo, muchos de estos eventos han sido difundidos por los medios de comunicación locales sin haber verificado datos de una fuente oficial, lo que ocasiona desinformación y preocupación entre la ciudadanía, además que por la especulación se generan una gran cantidad de llamadas al 911 para confirmar los datos.

Una mala o incorrecta información sobre un evento que fue atendido por el ECU 911, va creando una imagen incorrecta del objetivo que tiene la institución que es, salvar vidas. Esto provoca que se utilice más recursos, debido a las investigaciones y aclaraciones que deben realizarse en los distintos medios de comunicación. El manejo inadecuado de esta información a través de los medios de comunicación, crea desconfianza sobre la gestión realizada por el ECU 911.

Las redes sociales son una herramienta importante utilizada por toda la población, más aún por los medios de comunicación, razón válida para que la información sea verificada antes de ser emitida, debido a la rapidez con la que llega a la ciudadanía.

1.2.4. Prognosis

Las herramientas tecnológicas se encuentran a disposición de quienes las requieran utilizar, las instituciones las han adoptado como un aliado estratégico en la comunicación por sus múltiples beneficios.

El tema de investigación, se concentra en el uso eficiente de las redes sociales para la difusión de noticias generadas en el servicio de emergencia dentro de parámetros de

información y educación, sin sensacionalismos ni alarmas a la ciudadanía por parte de los medios de comunicación.

El proyecto pretende definir un modelo de comunicación enfocado a posicionar el servicio de emergencias como una institución de apoyo a la ciudadanía, a través de una difusión apegada a la realidad.

1.2.5. Formulación del problema

¿De qué manera incide en los medios informativos, crear un modelo de comunicación del ECU 911 en las redes sociales?

1.2.6. Preguntas directrices

¿Cómo se difunden los mensajes generados en el servicio de emergencia ECU 911 hacia la ciudadanía?

¿Los medios de comunicación de las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza difunden los mensajes que genera el ECU 911 Zonal 3 de forma adecuada?

¿Existe conocimiento del servicio de emergencia ECU 911 en la ciudadanía?

¿Por qué es importante contar con un modelo de comunicación?

¿Se manejan adecuadamente los mensajes cuando se producen emergencias?

1.2.7. Delimitación del objeto de investigación

La investigación está delimitada por:

Delimitación Espacial:

Provincia:	Tungurahua
Ciudad:	Ambato
Institución:	Servicio Integrado de Seguridad SIS ECU 911 Centro Zonal 3 Provincia de Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza

Delimitación Temporal:

La investigación se realiza en el año 2017

Delimitación de Contenido:

Campo:	Comunicación
Áreas:	Periodismo digital
Aspecto:	Redes sociales

1.3. Justificación

Por las nuevas tecnologías disponibles en el mundo es imperioso modificar los procesos de comunicación que se mantenían estáticos o tradicionales, estos deben ser muy versátiles, acorde a las necesidades reales que se presentan en la organización.

Dentro de las herramientas de comunicación muy amplias que existen en la actualidad, se identifican como las más importantes las redes sociales. De acuerdo al análisis realizado por Campos (2008), en su investigación las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales, describiéndolas como:

Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro. Su evolución apunta más hacia el medio audiovisual y virtual que a las características de la prensa escrita.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta intensa de comunicación con reacciones inmediatas en relación a los objetivos planteados, pues son de respuesta amplia con impactos directos, razones poderosas para definir los parámetros a ser aplicados según la organización, ya que no se pueden unificar criterios.

La comunicación en redes sociales pasa a ser un elemento estratégico para las instituciones y en el caso de las empresas públicas de servicio es una herramienta activa de difusión por los beneficios que otorga.

Para lograr el impacto deseado, se requiere cumplir con la normativa que contempla la Ley de Comunicación y los objetivos planteados por la organización.

El Centro Zonal 3 del Servicio Integrado de Emergencia ECU 911 fue inaugurado el 27 de diciembre del 2012, es una institución que coordina los servicios de emergencia, atendidos a través de las instituciones integradas, por lo tanto concentra gran cantidad de información considerada como fuente oficial sobre situaciones emergentes suscitadas en todo el país,

razones importantes por las cuales se debe mantener una buena relación con los medios de comunicación para difundirlos correctamente.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Establecer un modelo de comunicación enfocado a los medios informativos para ser aplicado en las redes sociales del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911.

1.4.2. Específicos

1. Establecer el referente teórico de modelos de comunicación en redes sociales y su relación con las instituciones de servicio.
2. Diagnosticar el uso de las herramientas actuales en redes sociales para el ECU 911.
3. Plantear un modelo comunicacional en redes sociales que impacte la gestión de la comunicación institucional del ECU 911.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Con la finalidad de analizar estudios previos sobre temas de seguridad ciudadana y comunicación, se investigan en las diferentes fuentes bibliográficas en universidades; sin embargo no se ubican temas estudiados o relacionados con la comunicación del servicio de emergencias. Esto debido a que el ECU 911 fue inaugurado en Ecuador en el año 2011, siendo el único país en mantener este servicio integrado de seguridad en América Latina.

Es importante realizar una reseña histórica del número 911. Según información presentada por Enseguridad (2010), el número de emergencia fue utilizado por primera vez en Inglaterra, en 1937 con el número 999 con el cual accedían a los bomberos, la policía y los servicios de emergencia médica desde cualquier lugar del país. La implementación del número 911 nació en Estados Unidos en 1968, y la primera llamada fue realizada el 16 de febrero de 1968 en Haleyville, Alabama.

Se desconoce la razón por la cual se escogió el 911. Existen versiones que mencionan que se utilizó un computador para la elección, otras simplemente porque era sencillo marcar el número en los teléfonos viejos o debido a que el número 911 no había sido utilizado previamente. En los Estados Unidos se pronunciaba **nueve once** (*nine-eleven*), pero luego se lo identificó como 9-1-1 (*nine-one-one*):

En Argentina en cambio, el número es conocido como **nueve once** y se lo implementó hace poco tiempo, aunque ya funciona como número principal de emergencias, debido a que los números tradicionales eran: 100 – Bomberos, 101 – Policía, 107 - Emergencias Médicas.

El número de emergencia utilizado en Europa es el 112. Si bien en algunos países el 911 funciona, el 112 es el principal. El 999 es utilizado por algunos países en Europa, Asia y África. El 911 es más utilizado por países en el continente Americano. Algunos de los países que utilizan el número de emergencia 911 son: USA, Canadá, Argentina, Uruguay, Paraguay, El Salvador, Costa Rica, Panamá y Ecuador.

El tema de seguridad es tratado a nivel mundial y existe información de emergencia que se difunde para personas que viajan a diversos países, el autor Sánchez E. (2017) lo describe por país:

Números de emergencia: Estados Unidos

La línea de contacto más popular y usada en Estados Unidos es el 911, así que con ella podrás comunicarte con todo el buró de profesionales encargados de solventar tu asunto (policía, bomberos o paramédicos).

Número de emergencia: Reino Unido

En caso de emergencia llamar al: 999 o 112. Desde el 2006, el número “101” está disponible para contactar a la policía en casos regulares o fuera del rango de “emergencia”. El “111” está disponible para asuntos médicos no urgentes.

Si llamas al “999”, el operador preguntará tu urgencia y a la vez cuentan con un servicio de interpretación que cubre 170 idiomas, así que si estás en una situación de emergencia, puedes pedir que hablen tu idioma.

Números de emergencia: Irlanda

En el caso de Irlanda, para llamar a la Policía, en caso de incendio o para una ambulancia, marca: 999 o 112. Recuerda, úsalos solo en emergencias.

Números de emergencia: Suecia

El código general el 112, pero si tienes llamadas “no urgentes” puedes marcar:

11414 - llamar a la policía en casos “no urgentes”.

1177 – llamar por casos médicos “no urgentes”.

Números de emergencia: Australia

Si estás en Australia y tienes una emergencia, puedes marcar el 000 o 112, otros números como el popular 911 serán redirigidos (excepto el 999). Para contactar al servicio estatal de emergencia marca: 132 500. Si lo que necesitas es asistencia policial en un caso que no es de urgencia, puedes llamar al 131 444. A la vez, si deseas llamar a los “*crime stoppers*” marca 1800333000. Si por el contrario se trata de un asunto de seguridad nacional: 1800 123 400.

Números de emergencia: Nueva Zelanda

Si es algo urgente, marca el 111. Si deseas saber el tráfico de la ciudad, puedes discar *555 desde un teléfono. Si llamas al 911 9 112 desde un teléfono móvil, tu llamada será redirigida al 111.

Números de emergencia: Holanda

El teléfono principal para comunicar alguna situación de emergencia como incendios, ataques o problemas médicos graves, contacta al 112. Para hablar con la policía de asuntos no urgentes puedes discar el 0900-8844. Y si llamas al 911, tu llamada será redirigida al 112 si usas un celular con red GSM.

Números de emergencia: Malasia

El número principal de emergencia es el 999 pero si llamas desde una red GSM, tu llamada será redirigida al 112. Con ambos números puedes contactar a la policía, servicios de bomberos o servicios médicos (paramédicos).

Números de emergencia: Singapur

Si tienes alguna emergencia del tipo policial el número correspondiente es el 999. Para asuntos de incendios o de asistencia médica es el 995. El número estándar de emergencia “112” están disponibles para redes celulares GSM pero pueden devenir en gastos de *roaming*.

Se observa que en los países mencionados existen varios números disponibles para informar acerca de una emergencia, no obstante las instituciones se encuentran ubicadas en diferentes lugares. Únicamente en el caso de Estados Unidos el 911 notifica a policía, bomberos o paramédicos; sin embargo, no se encuentran en un solo espacio y no contempla a todas las instituciones de emergencia de ese país.

Una de las fortalezas del SIS ECU 911 es haber agrupado a todas las instituciones de emergencia trabajando en un solo espacio, coordinando y compartiendo recursos para favorecer a la ciudadanía. Debido a estas razones, autoridades de varios países han visitado las instalaciones para conocer el modelo de gestión que mantienen a nivel nacional, siendo un referente a nivel internacional. Se resalta las más importantes:

En noviembre del 2013, participaron en un conversatorio televisivo el ministro Coordinador de Seguridad, Homero Arellano; el director nacional del Servicio Integrado ECU 911, César Navas; y el superintendente de Policía del Reino Unido, Steve Franks, quienes debatieron sobre el uso e importancia del sistema de cámaras de vigilancia. En el cual coincidieron en:

El ministro Arellano precisó que Ecuador está en condiciones para aportar con buenas prácticas en las políticas públicas y ejemplificó que el país se identifica con – entre otros tantos proyectos emblemáticos – el Ecu 911, en el que se conjugan los servicios de la policía, bomberos, Fuerzas Armadas, servicio prehospitalario, agentes de tránsito. Aquello funciona con un solo número telefónico y con servicio de video vigilancia. El superintendente de Policía del Reino Unido, Steve Franks, precisó que Ecuador ha realizado un gran avance en corto tiempo de haber implementado el sistema y que para ello cuentan con tecnología moderna, que es incluso envidiada por su país. César Navas, principal del Ecu 911, dijo que lo más importante de la plataforma es el modelo de gestión que articula el país en el servicio que se presta a las llamadas de emergencia para todos los requerimientos. (Andes, 2013)

En relación a este conversatorio, se observa que existe gran interés por conocer por el modelo en operación por parte de la Policía del Reino Unido.

En el 2016, el SIS ECU 911 de Ecuador participó en el concurso ALAS a la “Seguridad en Latinoamérica” que busca reconocer a proyectos, programas y servicios con innovación tecnológica vinculados al área de la seguridad en Latinoamérica y el Caribe.

Con la participación de casi 50 proyectos de países como: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela, el SIS ECU 911, al ser considerado una institución que brinda seguridad integral a la ciudadana a través del uso de una sola plataforma tecnológica que permite la articulación de entidades en la atención de emergencias, obtuvo el primer lugar en este concurso internacional.

Este premio es el segundo reconocimiento internacional que obtiene el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911. En abril, el ECU 911 recibió la certificación internacional de calidad de la Asociación Europea de Números de Emergencia (EENA).

El Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, único en la región por su modelo operativo, transforma la atención de emergencias, materializa políticas públicas y estándares de calidad en la consecución del Buen Vivir. (ECU 911 , 2016)

El Director General, Ing. Andrés Sandoval, fue invitado como representante del ECU 911 quien expuso su modelo de gestión en Primer Encuentro Internacional de Seguridad Pública en Chile:

Ecuador a través del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 participó en el Primer Encuentro Internacional de Seguridad Pública, Emergencias y Catástrofes, en Chile, espacio creado para el intercambio de experiencias en Latinoamérica sobre la atención de eventos emergentes, así como la implementación de un número único de emergencias basado en las plataformas del 9-1-1. (ECU 911, 2016)

Se observa claramente que tal como funciona el ECU 911 en el Ecuador, es un modelo único que agrupa a todas las instituciones de emergencia en un solo espacio que brinda seguridad a todo el país a través de una plataforma tecnológica de punta que incluye la recepción de llamadas y video vigilancia. Por tal razón, no existen estudios en relación a temas comunicacionales, la gestión se la ha construido con la experiencia que el SIS ECU 911 va alcanzando.

2.2 Fundamentación filosófica

La investigación se fundamenta en el paradigma crítico propositivo; crítico porque analiza la comunicación en redes sociales de un servicio de emergencia, relacionando el impacto hacia la ciudadanía. Propositivo por aportar opciones de solución al problema establecido.

Se ha considerado la fundamentación epistemológica por basarse en el conocimiento de experiencias anteriores en el área que se aplica la investigación.

El servicio de emergencias implementado es único en el país, razón por la cual no existen estudios similares por lo cual es importante analizar las experiencias generadas en el área de comunicación.

2.3 Fundamentación legal

La creación del SIS ECU 911 está sustentada en la constitución emitida por la Asamblea Nacional (2008), Art. 389 donde reconoce que:

El Estado protegerá a las personas, las colectividades y la naturaleza frente a los efectos negativos de los desastres de origen natural o antrópico mediante la prevención ante el riesgo, la mitigación de desastres, la recuperación y mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y ambientales, con el objetivo de minimizar la condición de vulnerabilidad.

La Asamblea Nacional en la Ley de Seguridad Pública y del Estado, Art. 11 establece los órganos ejecutores en las diferentes áreas del Sistema de Seguridad Pública y del Estado, a saber Defensa, Orden Público, Prevención y Gestión de Riegos. La Asamblea Nacional (2009), en el Art. 23, establece que:

La seguridad ciudadana es una política de Estado, destinada a fortalecer y modernizar los mecanismos necesarios para garantizar los derechos humanos, en especial el derecho a una vida libre de violencia y criminalidad, la disminución de los niveles de delincuencia, la protección de víctimas y el mejoramiento de la calidad de vida de todos los habitantes del Ecuador.

Constitución de la República del Ecuador (Decreto Legislativo 0 / Registro Oficial 449 de 20-oct-2008 / Última modificación: 13-jul-2011).

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.”

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: “El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley. 20. El derecho a la intimidad personal y familiar. 21. El derecho a la inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual; ésta no podrá ser retenida, abierta ni examinada, excepto en los casos previstos en la ley, previa intervención judicial y con la obligación de guardar el secreto de los asuntos ajenos al hecho que motive su examen. Este derecho protege cualquier otro tipo o forma de comunicación.”

Art. 233.- Ninguna servidora ni servidor público estará exento de responsabilidades por los actos realizados en el ejercicio de sus funciones, o por sus omisiones, y serán responsables administrativa, civil y penalmente por el manejo y administración de fondos, bienes o recursos públicos”.

Ley Orgánica de Servicio Público, LOSEP (Ley 0 / Registro Oficial Suplemento 294 de 06-oct-2010).

Art. 41.- “Responsabilidad administrativa.- La servidora o servidor público que incumpliere sus obligaciones o contraviniera las disposiciones de esta Ley, sus reglamentos, así como las leyes y normativa conexas, incurrirá en responsabilidad administrativa que será sancionada disciplinariamente, sin perjuicio de la acción civil o penal que pudiere originar el mismo hecho. La sanción administrativa se aplicará conforme a las garantías básicas del derecho a la defensa y el debido proceso”.

Art. 42.- “De las faltas disciplinarias.- Se considera faltas disciplinarias aquellas acciones u omisiones de las servidoras o servidores públicos que contravengan las disposiciones del ordenamiento jurídico vigente en la República y esta ley, en lo atinente a derechos y prohibiciones constitucionales o legales. Serán sancionadas por la autoridad nominadora o su delegado. Para efectos de la aplicación de esta ley, las faltas se clasifican en leves y graves”.

Art. 43.- “Sanciones disciplinarias.- Las sanciones disciplinarias por orden de gravedad son las siguientes:

- Amonestación verbal; Amonestación escrita; Sanción pecuniaria administrativa; Suspensión temporal sin goce de remuneración; y, Destitución.
- La amonestación escrita se impondrá cuando la servidora o servidor haya recibido, durante un mismo mes calendario, dos o más amonestaciones verbales.
- La sanción pecuniaria administrativa o multa no excederá el monto del diez por ciento de la remuneración, y se impondrá por reincidencia en faltas leves en el cumplimiento de sus deberes. En caso de reincidencia, la servidora o servidor será destituido con sujeción a la ley.
- Las sanciones se impondrán de acuerdo a la gravedad de las faltas”.

Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado (Ley 73 / Registro Oficial Suplemento 595 de 12-jun-2002 / Última modificación: 11-ago-2009).

Art. 9.- “Concepto y elementos del control interno.- El control interno constituye un proceso aplicado por la máxima autoridad, la dirección y el personal de cada institución, que proporciona seguridad razonable de que se protegen los recursos públicos y se alcanzan los objetivos institucionales. Constituyen elementos del control interno: el entorno de control, la organización, la idoneidad del personal, el cumplimiento de los objetivos institucionales, los riesgos institucionales en el logro de tales objetivos y las medidas adoptadas para afrontarlos, el sistema de información, el cumplimiento de las normas jurídicas y técnicas; y, la corrección oportuna de las

deficiencias de control. El control interno será responsabilidad de cada institución del Estado y tendrá como finalidad primordial crear las condiciones para el ejercicio del control externo a cargo de la Contraloría General del Estado”.

Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público (Decreto Ejecutivo 710 /Registro Oficial Suplemento 418 de 01-abr-2011 / Última modificación: 10-oct-2012).

Reglamento de la Ley Orgánica de la Contraloría General (Decreto Ejecutivo 548 / Registro Oficial 119 de 07-jul-2003). Código Orgánico Integral Penal (Registro Oficial Suplemento 180 de 10-feb-2014)

Artículo 456.- “Cadena de custodia.-Se aplicará cadena de custodia a los elementos físicos o contenido digital materia de prueba, para garantizar su autenticidad, acreditando su identidad y estado original; las condiciones, las personas que intervienen en la recolección, envío, manejo, análisis y conservación de estos elementos y se incluirán los cambios hechos en ellos por cada custodio. La cadena inicia en el lugar donde se obtiene, encuentra o recauda el elemento de prueba y finaliza por orden de la autoridad competente. Son responsables de su aplicación, el personal del Sistema especializado integral de investigación, de medicina legal y ciencias forenses, el personal competente en materia de tránsito y todos los servidores públicos y particulares que tengan relación con estos elementos, incluyendo el personal de servicios de salud que tengan contacto con elementos físicos que puedan ser de utilidad en la investigación.”

Artículo 471.- “Registros relacionados a un hecho constitutivo de infracción.-No requieren autorización judicial las grabaciones de audio, imágenes de video o fotografía relacionadas a un hecho constitutivo de infracción, registradas de modo espontáneo al momento mismo de su ejecución, por los medios de comunicación social, por cámaras de vigilancia o seguridad, por cualquier medio tecnológico, por particulares en lugares públicos y de libre circulación o en los casos en que se divulguen grabaciones de audio o video obtenidas por uno de los intervinientes, en cuyo caso se requerirá la preservación de la integridad del registro de datos para que la grabación tenga valor probatorio. En estos casos, las grabaciones se pondrán inmediatamente a órdenes de la o el fiscal en soporte original y servirán para incorporar a la investigación e introducirlas al proceso y de ser necesario, la o el fiscal dispondrá la transcripción de la parte pertinente o su reproducción en la audiencia de juicio.”

Artículo 472.- “Información de circulación restringida.- No podrá circular libremente la siguiente información:

- Aquella que esté protegida expresamente con una cláusula de reserva previamente establecida en la ley.
- La información acerca de datos de carácter personal y la que provenga de las comunicaciones personales cuya difusión no haya sido autorizada expresamente por su titular, por la ley o por la o el juzgador. 3. La información producida por la o el fiscal

en el marco de una investigación previa y aquella originada en la orden judicial relacionada con las técnicas especiales de investigación.

- La información acerca de niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo establecido en el Código Orgánico de la Niñez y Adolescencia y la Constitución.
- La información calificada por los organismos que conforman el Sistema nacional de inteligencia.”

Ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública (Ley 24/Registro Oficial Suplemento 337 de 18-may-2004)

Art. 1.- “Principio de Publicidad de la Información Pública.- El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado. Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONGs), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley.”

Art. 5.- “Información Pública.- Se considera información pública, todo documento en cualquier formato, que se encuentre en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas a las que se refiere esta Ley, contenidos, creados u obtenidos por ellas, que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado.”

Art. 6.- “Información Confidencial.- Se considera información confidencial aquella información pública personal, que no está sujeta al principio de publicidad y comprende aquella derivada de sus derechos personalísimos y fundamentales, especialmente aquellos señalados en los artículos 23 y 24 de la Constitución Política de la República.”
El uso ilegal que se haga de la información personal o su divulgación, dará lugar a las acciones legales pertinentes. “No podrá invocarse reserva, cuando se trate de investigaciones que realicen las autoridades, públicas competentes, sobre violaciones a derechos de las personas que se encuentren establecidos en la Constitución Política de la República, en las declaraciones, pactos, convenios, instrumentos internacionales y el ordenamiento jurídico interno. Se excepciona el procedimiento establecido en las indagaciones previas.”

Ley Orgánica de Comunicación (Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 22 de 25- jun-2013)

Art. 1.-“Objeto y ámbito.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.”

Art. 3.- “Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.”

Art. 4.- “Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.”

Art. 5.- “Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.”

Art. 10.- “Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

- Referidos a la dignidad humana;
- Respetar la honra y la reputación de las personas;
- Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- Respetar la intimidad personal y familiar.

Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;

Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;

Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas; abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;

Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y, abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.”

En relación a las redes sociales, la ley menciona:

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;
2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad, o;
3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

El Código Orgánico Integral Penal (COIP) (Registro Oficial No. 180 del 10 de febrero 2014) regula también el accionar en las redes sociales con los siguientes artículos:

Artículo 180.- “Difusión de información de circulación restringida.- La persona que difunda información de circulación restringida será sancionado con pena privativa de libertad de uno a tres años. Es información de circulación restringida:

1. La información que está protegida expresamente con una cláusula de reserva previamente prevista en la ley.
2. La información producida por la Fiscalía en el marco de una investigación previa.
3. La información acerca de las niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo previsto en el Código Orgánico de la Niñez y Adolescencia.”

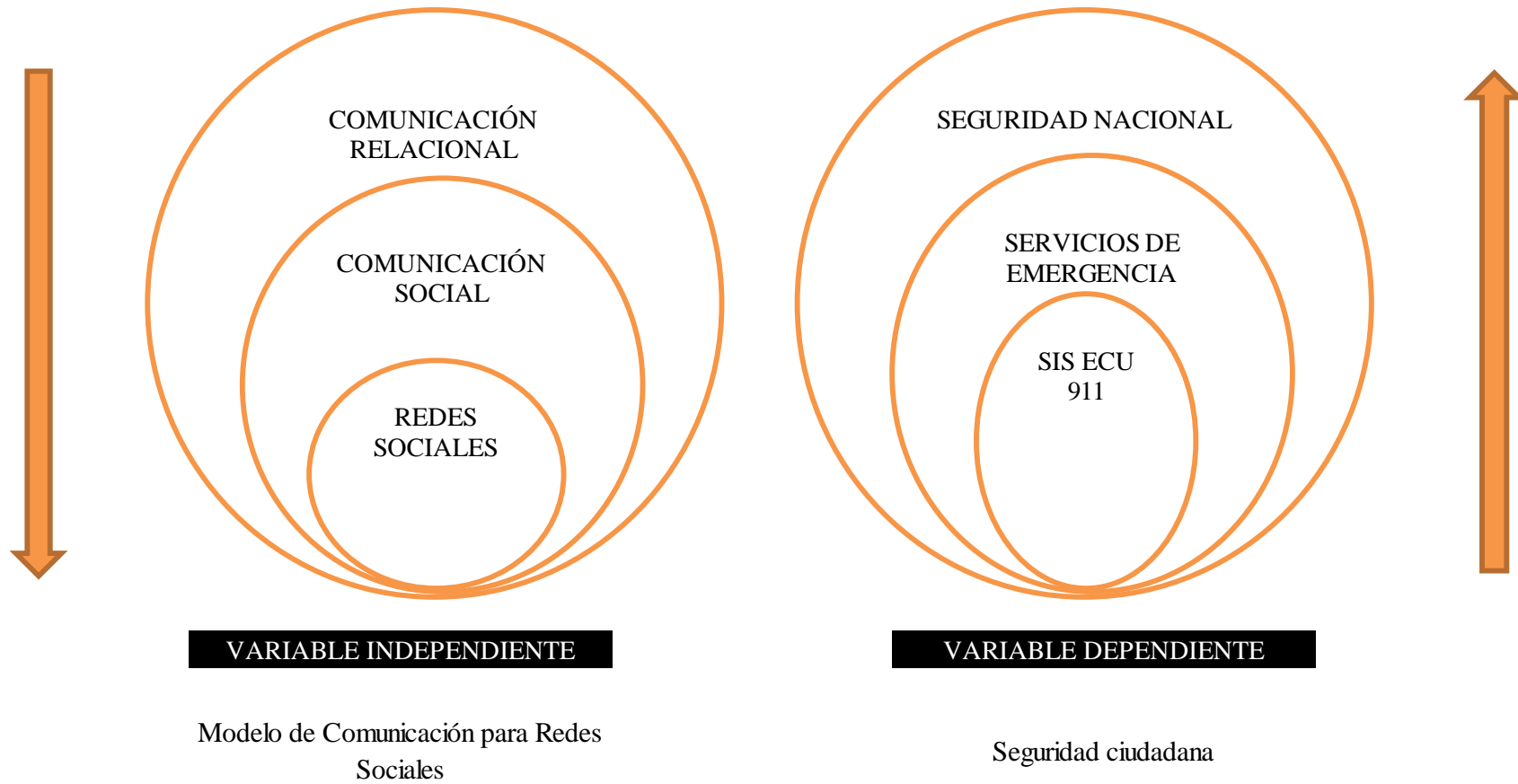
Artículo 182.- “Calumnia.- La persona que, por cualquier medio, realice una falsa imputación de un delito en contra de otra, será sancionada con pena privativa de libertad de seis meses a dos años.”

Artículo 396.- “Contravenciones de cuarta clase.- Será sancionada con pena privativa de libertad de quince a treinta días: 1. La persona que, por cualquier medio, profiera expresiones en descrédito o deshonra en contra de otra. Esta contravención no será punible si las expresiones son recíprocas en el mismo acto.”

Artículo 322.- “Pánico financiero.- La persona que divulgue noticias falsas que causen alarma en la población y provoquen el retiro masivo de los depósitos de cualquier institución del sistema financiero y las de la economía popular y solidaria que realicen intermediación financiera, que pongan en peligro la estabilidad o provoquen el cierre definitivo de la institución, será sancionada con pena privativa de libertad de cinco a siete años.”

2.4. Categorías fundamentales

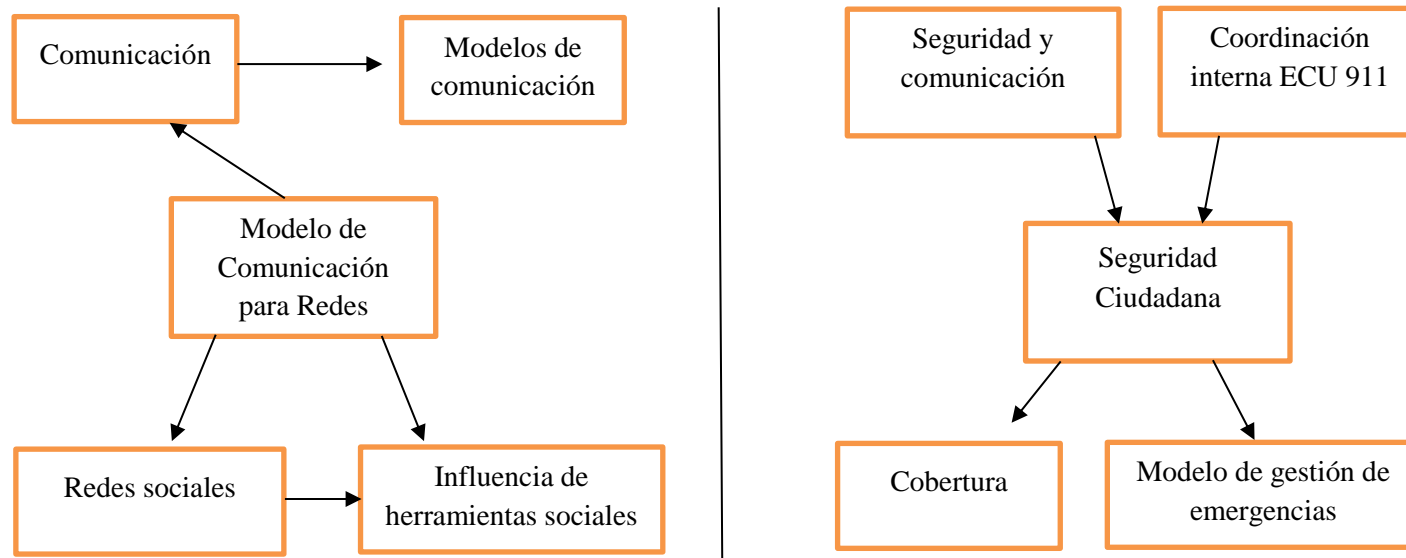
Gráfico 3. Red de inclusiones



Fuente: elaboración propia

2.4.1. Red de categorías fundamentales

Ilustración 3. Red de categorías fundamentales



Fuente: elaboración propia

2.4.2. Variable dependiente

Seguridad ciudadana

Uno de los objetivos de cualquier país es brindar seguridad a la ciudadanía para una convivencia pacífica, pero este parecería un sueño irrealizable; sin embargo, existen varias estrategias.

La seguridad ciudadana, según Monsalve (2009), puede definirse como “Una necesidad social. Este concepto se refiere a las exigencias específicas de la población vinculada con la delincuencia y las situaciones de vulnerabilidad y riesgo para sus personas y bienes...”

Las emergencias pueden ser muy variadas, razón por la cual el mantener en un mismo lugar a todas las instituciones que las atienden es una fortaleza del SIS ECU 911.

Según la óptica de Arriagada & Godoy (1999), lo define como: “La seguridad se puede definir como un conglomerado de políticas y acciones que tienden a garantizar armonía en la comunidad, a través de reprimir violaciones de la ley a través de control”.

Este autor va más allá al mencionar que es un conglomerado de políticas y acciones, es decir, define el marco general para su accionar considerando la normativa legal que la ampara.

La seguridad con enfoque integral según la Dirección de Comunicación Social del Ministerio Coordinador de Seguridad (2013), informa que dentro del Plan Nacional del Buen Vivir dedica uno de los objetivos nacionales a la seguridad integral, donde se establecen políticas y metas para las instituciones del sector.

Existen estudios latinoamericanos que indican el incremento de los índices de delincuencia. Un estudio en cinco países (Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica) estipuló índices de victimización por hogares entre dos y tres veces mayores al de los países industrializados, el principal es el asalto callejero, robo en domicilio y agresiones armadas (National Democratic Institute, 2000).

De acuerdo al criterio de Desmond & Ungar, (2013): “Latinoamérica es actualmente la región más mortífera del planeta, debido a un aumento del 41% en el número de homicidios en la década de los noventa...”.

Por esta razón los países buscan implementar sistemas, regulaciones que permitan reducir estos indicadores y aumentar la seguridad ciudadana.

Seguridad y comunicación

Relacionar estos dos términos es muy complejo; sin embargo, interactúan directamente puesto que la comunicación social está ligada con los ciudadanos y el bienestar de una población.

En el Ecuador, no cabe duda que los medios de comunicación se han enfocado en difundir constantemente noticias sobre robos, secuestros, crímenes, homicidios, situaciones negativas que percibe el ciudadano como inseguridad.

En el estudio investigativo realizado en la ciudad de México por Wondratschke (2005): “Si bien la información sobre criminalidad constituye un producto para vender por los medios masivos, su reproducción implica igualmente una responsabilidad social. Es decir, la información que se exhibe públicamente también puede ser cuestionada públicamente”.

El autor lo cataloga como un producto de venta atractivo para los medios de comunicación. A través de la Ley de Comunicación, se ha tratado de mejorar la calidad de información que brindan los medios de comunicación sobre temas de violencia.

La comunicación social tiene implícito un objetivo claro de información real de la situación, propiciando también la educación sobre temas delicados como la seguridad.

El servicio de emergencia del ECU 911 es relativamente nuevo, por lo tanto, su importancia de difundir adecuadamente las noticias que se generan día a día sobre emergencias atendidas.

Psicológicamente cuando se involucra a un grupo de personas en la implementación de un nuevo programa y en este caso puntual de seguridad, debe ser la ciudadanía la que está muy relacionada con la implementación de estos programas para alcanzar resultados y cambios reales.

2.4.3. Variable independiente

Comunicación

“La comunicación se puede concebir como la transmisión de mensajes de una a otra persona, de un grupo a otro, o bien entre persona y grupo” (Murillo, 2004). La comunicación está presente en todo momento de la vida personal, familiar, empresarial, más aún en la actualidad que existen varias herramientas tecnológicas que la facilitan.

En las organizaciones se la considera como un elemento estratégico tanto internamente cuanto más a nivel externo. Las instituciones públicas también la están considerando como un aliado estratégico, el autor Rodríguez (2011), cita a Martín Serrano, quien la describe: “La comunicación pública es una faceta de la comunicación social, a través de la cual se contribuye al cambio o permanencia del sistema social...”. La difusión de las actividades hacia la ciudadanía permite que se encuentre informada y sea parte de la actividad pública.

¿Quiénes difunden la información? Son los medios de comunicación los encargados de realizar esta actividad, pues viven de la noticia que puedan obtener. Para los autores Gutiérrez & Flores (2007), describen el objetivo de los medios:

Por su naturaleza los medios de comunicación buscan la noticia; información novedosa y de interés para un gran número de personas. La noticia se halla definida por una serie de factores que el investigador puede explotar en función a las características de su investigación: oportunidad, proximidad y novedad (p.70).

Estos factores se deben enmarcar dentro de la Ley de Comunicación vigente en Ecuador, caso contrario podrían tener inconvenientes con la difusión realizada.

En el análisis realizado por Freidenberg (s.f.), donde cita al autor McLuhan, describe ampliamente sobre lo que son y hacen los medios de comunicación de masas:

Los medios de comunicación de masas pueden ser considerados como extensiones de las propias facultades sensoriales del individuo o como el sistema nervioso de la comunidad en que se encuentran. Los medios de comunicación también son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social; mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública (elemento decisivo en el proceso de elaboración de las políticas públicas); instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales; mecanismos a través de los cuales los individuos perciben el mundo que los rodea. Los medios de comunicación son cada vez más actores centrales para el funcionamiento del sistema político y su estudio es clave para comprender las dinámicas que se dan en él y en el modo en que los ciudadanos se vinculan a las instituciones políticas.

De acuerdo a lo que menciona, considera que los medios de comunicación de masas tienen poder en la comunidad, con fuerte influencia en la política, en la cultura y en otros aspectos del entorno.

De ahí su importancia, para el caso de las empresas públicas que requieren difundir las actividades realizadas, la vinculación directa con los medios de comunicación es una estrategia de comunicación que debe ser considerada en su plan de comunicación. Al respecto los autores Gutiérrez & Flores (2007), lo describen como: “La vinculación con los medios de comunicación debería formar parte de las Estrategias de Comunicación y Difusión sobre todo si se quiere llamar la atención de los grupos de decisión”.

El mantener una buena relación con los periodistas y los medios de comunicación facilitará el envío de información y su difusión.

Redes sociales

El tema actual de conversación a nivel general son las redes sociales, pero ¿qué son? Para Campos (2008), “las redes son un nuevo y atractivo canal que las marcas desean utilizar para reactivar su alicaído *branding*: escuchar, segmentar, hablar, conversar, movilizar, ayudar e involucrar a los posibles clientes para convertirlos en sus usuarios fieles”.

Este concepto se enfoca a los beneficios que brindan a las empresas, éstas lo han convertido en sus aliados, pues aportan a mejorar el posicionamiento, la imagen empresarial, la comunicación directa con el cliente, participación en eventos, la marca entre las más reconocidas.

En el estudio realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones, los autores Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa (2011), lo define como: “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades”.

Sin embargo, se ha analizado que las redes sociales basan su aplicación en tres aspectos:

1. Afiliación voluntaria: El usuario es quien toma la decisión de afiliarse a cierta red, dependiendo de los intereses que comparta.
2. Aportación de información: Los usuarios son quienes aportan con información, relacionada con la red. Los comentarios, fotografías, videos, entre otros. Esta

participación permanente y activa mantiene el interés de sus afiliados por la actualización.

3. Publicidad. Estos son los espacios más apetecidos por las empresas para promocionar sus productos.

El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones (2011), realiza una división de las redes sociales en directas e indirectas.

Redes sociales directas: Son redes sociales directas aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet en los que existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, pueden controlar la información que comparten. Los usuarios de este tipo de redes sociales crean perfiles a través de los cuales gestionan su información personal y la relación con otros usuarios.

Redes sociales indirectas: Son redes sociales indirectas aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto.

Según esta descripción, las redes sociales directas destacan la colaboración entre grupos con interacción permanente con otros usuarios, es decir, ellos controlan la información que comparten.

Tabla 4. Clasificación de redes sociales directas

USO	DETALLE	CARACTERÍSTICAS
Según su finalidad	De ocio	Usuario busca entretenimiento y mejorar sus relaciones personales
	De uso profesional	Usuario busca principalmente promocionarse a nivel profesional
Según el modo de funcionamiento	De contenidos	Usuario crea contenidos escrito o audiovisual
	Basada en perfiles: personales/profesionales	En este tipo de redes suele ser obligatoria la creación de un perfil para poder ser usuario
	Microblogging	Están diseñadas para compartir y comentar pequeños paquetes de información
Según el grado de apertura	Públicas	Están abiertas a ser empleadas por cualquier tipo de usuario
	Privadas	Están cerradas, sólo se puede acceder a ellas por la pertenencia a un grupo específico
Según el nivel de integración	De integración vertical	Su empleo suele estar acotado al uso por parte de un grupo de usuarios a los que aún una misma formación, interés o pertenencia profesional.
	De integración horizontal	Su empleo no está acotado a un grupo de usuarios con intereses concretos en una materia

Fuente: adaptado de Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa (2011)

Las redes sociales indirectas son aquellas que no disponen de un perfil visible, por lo tanto no están disponibles para todos.

Su influencia es tan poderosa que ya se las está integrando en los procesos de negocio.

Si logramos que estas nuevas herramientas penetren en nuestras organizaciones integrándolas en los procesos de negocio y les hacemos entender el gran poder de la red social con la que cuentan, estaremos en disposición de alcanzar ventajas competitivas que serán muy difíciles de copiar por nuestra competencia... (Porrúa, 2010, pág. 159)

Las redes sociales se han convertido en una fuente de información veraz; oportunidad que se la debe aprovechar en el campo en el cual la organización se desenvuelve. Para las empresas públicas también son fuente de difusión de información y participación ciudadana, el reto se centra en que la ciudadanía se afilie a este canal de comunicación.

En los últimos años, se han generado varias plataformas de redes sociales, a continuación se las describe en orden cronológico:

Tabla 5. Cronología de las redes sociales

AÑO	PLATAF.	FUNDADORES	PAÍS	ENFOQUE	USUARIOS
2003	My Space	Chris De Wolfe y Tom Anderson. Propietario actual: News Corp. (Fox Interactive Media)	EEUU	Generalista	+ 178 millones Mayo 2007
2003	Hi5	Ramu Yalamanchi, fundador y director general (Sona Networks)	EEUU	Profesional	Sin datos
2003	eConozco	Grupo Galenicom TI. S.L. (Propietario actual: Xing, antigua Open BC, que aglutina a Neurona)	ESPAÑA	Temática-profesional	6,5 millones Diciembre 2008
2003	Second Life	Linden Research Corp. (Relevancia en 2006)	EEUU	Mundo virtual	+ 13 millones Usuarios Marzo 2008
2004	Facebook	Mark Zuckerberg, Marc Andreessen, Chris Hughes, Don Graham	EEUU	Generalista	Sin datos
2004	Orkut	Google Corp.	EEUU	Generalista	Sin datos
2004	Flickr	Caterina Fake y Stewart Butterfield (en marzo de 2005, fue adquirida por Yahoo!)	EEUU	Generalista (Red y Plataforma de Fotografías)	Sin datos
2005	You Tube	Chad Hurley y Steve Chen (de PayPal, empresa de micropagos eBay) En 2006, adquirida por Google	EEUU	Generalista (Plataforma de videos)	Sin datos
2004	LinkedIn	Reid Hoffman	EEUU	Profesional	+ 30 millones profesionales
2005	Ning	Marc Andreessen y Gina Bianchini	EEUU	Profesional	Sin datos
2006	Tuenti	Zaryn Dentzel, director general	ESPAÑA	Generalista (estudiantes, universitarios)	+ 3 Mlns. Marzo 2008
2006	Twitter	Jack Dorsey y Evan Williams de Biz Stone (negocia su compra)	EEUU	Generalista (Plataforma de Microblogging)	Sin datos

Fuente: tomado de Flores (2009)

Las más utilizadas son: Facebook, twitter, linkedin.

Facebook: Es una red social en la cual los usuarios crean perfiles individuales y perfiles de negocios para conectarse y comunicarse con los demás.

Twitter: Se caracteriza por el intercambio de mensajes cortos y frecuentes.

Linkedin: Es un espacio destinado para negocios. (Flores, 2009)

Modelos de comunicación

Se habla de modelos en varios campos, pero ¿qué es un modelo?, según el autor Sánchez (2006), lo define como:

Un modelo es, en principio, una obra de ficción. Es una visión de lo real para comprender la realidad. Un modelo de comunicación puede ser una explicación de la interacción comunicativa en un fragmento del mundo real, o entre sujetos que pertenecen a él (...). El modelo permite moldear, manipular, simular (...) Los modelos son flexibles, dinámicos. Un modelo facilita la comprensión del todo desde la parte en estudio; pero entendida integralmente (...). Un modelo de comunicación es una preocupación por la interacción. El sentido de la comunicación, sus medios, la relación entre emisor y receptor, el ambiente en el cual se desarrolla y los ruidos que la afectan; la trascendencia de dichas interacciones comunicativas para los seres humanos, las sociedades y sus organizaciones, son la razón para modelar la comunicación (p. 21-22,44).

Un modelo es un esquema a seguir para obtener un resultado. Para el caso de estudio el modelo se enfoca en un sistema comunicacional hacia los medios de comunicación que utilizan redes sociales. A continuación se describen modelos de comunicación:

Tabla 6. Modelos de comunicación

Modelo	Aristóteles
Gráfico	
Fuente	Castro y Zareth. 2006: 29.
Características	“El proceso aristotélico es lineal es decir, todo gira en torno a los intereses del emisor, como se plantea a través del <i>ethos</i> , el <i>pathos</i> y el <i>logos</i> , la disposición de los elementos y del resultado parecen depender del orador”.
Modelo	Modelo de Harold D. Laswell

Gráfico	
Fuente	Galeano. 1997:21.
Características	“¿quién – dice qué – por cuál canal – a quién – con que efecto? Este esfuerzo de síntesis es particularmente valioso, dado que agrupa los cinco puntos fundamentales del proceso de comunicación (...) la fórmula de Laswell fue el punto de partida de varias mejoras, modificación y precisiones por parte de otros investigadores”.
Modelo	Modelo de Shannon
Gráfico	
Fuente	Galeano. 1997:22.
Características	“(Shannon) entiende la comunicación como un proceso de transferencia de información (...) proporcionó nuevas dimensiones de la construcción de un modelo de comunicación humana, aunque era básicamente un modelo físico de las comunicaciones radiales y telefónicas. Desde entonces en el vocabulario de la comunicación aparecieron conceptos como entropía, redundancia, bit, capacidad del canal, ruido y <i>feed back</i> ”.
Modelo	Modelo de Shannon y Weaver
Gráfico	
Fuente	Galeano. 1997:26

Características	“El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad. No obstante, análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelos de E-R ampliado (...) sin embargo, el modelo de Shannon y Weaver ha demostrado ser muy útil”.
Modelo	Modelo de Hovland
Gráfico	<p>El diagrama del Modelo de Hovland se estructura en cuatro columnas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estímulos de comunicación observables: Características del contenido, Características del comunicador, Características de los medios, Contexto situacional. Factores de predisposición: No ligados a la comunicación, Ligados al contenido, Ligados al comunicador, Ligados a los medios, Ligados a la situación. Procesos internos mediadores: Atención, Comprensión, Aceptación. Efectos de comunicación observables: Cambio de actitud, Cambio de opinión, Cambio de percepción, Cambio de afecto, Cambio de acción. <p>Las flechas indican que los estímulos observables influyen en los factores de predisposición. Los factores ligados a la comunicación, al contenido, al comunicador, a los medios y a la situación influyen en los procesos internos. Los procesos de Atención, Comprensión y Aceptación influyen en los efectos observables.</p>
Fuente	Castro y Zareth. 2006: 57
Características	“Hovland otorga particular importancia al efecto que pueda tener el mensaje en el receptor y entiende que los cambios de actitud que se desprenden de un proceso de comunicación obedecen a las circunstancias que rodean tanto al emisor (credibilidad, naturaleza del mensaje y su capacidad comunicativa) como al receptor (afinidad/oposición hacia la fuente, nivel de información, etc.)”.
Modelo	Modelo de Katz y Lazarsfeld
Gráfico	<p>El diagrama del Modelo de Katz y Lazarsfeld muestra un flujo de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> En la parte superior, un recuadro etiquetado como "Medios de difusión" tiene flechas que apuntan hacia abajo a cuatro círculos más grandes. Estos círculos más grandes representan "Líderes de opinión". Desde cada líder de opinión, flechas apuntan hacia abajo a grupos de círculos más pequeños. Estos círculos más pequeños representan "individuos en contacto social con líderes de opinión". <p>Una leyenda en la parte inferior indica que un círculo gris representa un "Líderes de opinión" y un círculo negro representa "individuos en contacto social con líderes de opinión".</p>
Fuente	Castro y Zareth. 2006: 64
Características	“Los mensajes que transmiten los medios de comunicación masiva no llegan directamente a las personas, sino que son mediados por líderes de opinión (...) de esta manera es el grupo primero o de liderazgo social el que determina la formación de la opinión, pues éste recibe la información

	de los medios masivos de comunicación y es quien interactúa con ellos, para después llevarlo al resto del público”.
Modelo	Modelo de Maletzke
Gráfico	<p>El diagrama ilustra el Modelo de Maletzke de comunicación. En el centro hay un flujo de información: Emisor → Mensaje → Medio → Receptor. El Emisor (círculo) está influenciado por 'Personalidad', 'Grupos primarios', 'Grupos secundarios' y 'Restricciones de la difusión'. El Receptor (círculo) está influenciado por 'Autoimagen', 'Personalidad', 'Pertenencia a la audiencia' y 'Sistema social'. El Medio (rectángulo) tiene una doble flecha que indica interacción bidireccional. Una flecha apunta desde el Medio hacia el Receptor con el texto 'Restricciones por parte de los medios'. En la parte inferior, un recuadro contiene el texto: 'Imagen que tiene el receptor del remitente' y 'Imagen que pone el remitente del receptor'.</p>
Fuente	Galeano. 1997:30
Características	“se añadió factores individuales al modelo de sistema social. Su modelo muestra, más bien, interacciones complejas entre las partes del proceso de comunicación”. El modelo de Maletzke sin duda alguna resultaría de gran utilidad para consultores en temas de imagen pública y reputación.

Fuente: tomado Islas (2013)

Se observa que existen varios modelos de comunicación específicos, según las necesidades del área donde se aplica; sin embargo, todos coinciden que los elementos básicos se mantienen.

Para el caso de estudio, se analiza al detalle el modelo de Maletzke, pues se enfoca al sector social específicamente con temas de imagen pública y reputación, objetivos planteados por el SIS ECU 911, ya que al ser un servicio relativamente nuevo en el país, requiere posicionarse con una buena imagen hacia la ciudadanía.

De todos los autores investigados, destaca el análisis que realiza el Cardoso G. (2014), en su artículo denominado De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red-Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información, en el cual describe cuatro modelos que se describen a continuación:

1. Comunicación interpersonal, caracterizada por el cambio bidireccional entre dos o más personas dentro de un grupo.

2. Comunicación de uno para muchos. En que cada individuo envía uno solo mensaje a un grupo limitado de personas.
3. Comunicación en masa. Existe poca experiencia, en el cual, gracias al uso de tecnologías específicas de mediación, un solo mensaje es direccionado a una masa de personas, o sea, es enviada a una audiencia cuya dimensión es desconocida, y como tal, no está previamente delimitada.
4. Comunicación en red. Está relacionado con la interactividad que los medios actuales permiten, siguiendo los procesos de globalización comunicacional mundial, con la red masificada y difusión de medios personales.

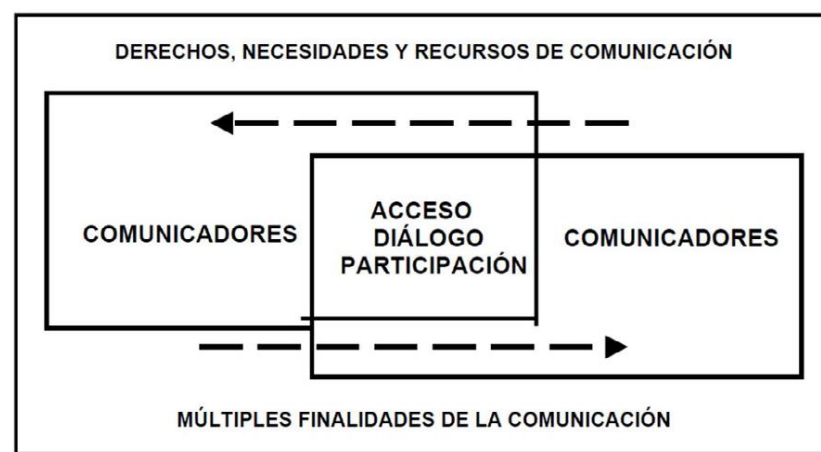
La información que emite permanentemente el SIS ECU 911, es importante para el conocimiento de la ciudadanía, por lo cual se enfocaría en una comunicación en masa, es decir, para toda la población.

Se han analizado varios modelos de comunicación; sin embargo, es necesario tomar en cuenta el aporte positivo que tuvo Luis Ramiro Beltrán, considerado como el pionero de la Escuela Latinoamericana de Comunicación:

Entre 1954 y 1964 trabaja en diversas naciones de América Latina en proyectos de comunicación en los sectores de la agricultura y la ganadería, a partir de planteamientos que terminarían definiéndose, en términos teóricos, como 'comunicación para el desarrollo'. (Observatorio de la Libertad de Prensa en América Latina, 2013)

El autor considera que la comunicación aporta para desarrollar el buen vivir en la sociedad Latinoamericana, separándose completamente del manejo que se aplicaba en esta época en los Estados Unidos. Su enfoque está en el bienestar de la sociedad a través de la información que reciben. El modelo propuesto es:

Ilustración 4. Modelo de comunicación horizontal



Fuente: tomado de Beltrán (2013)

Este tipo de comunicación propuesta, se genera entre personal del mismo nivel jerárquico de la organización. El objetivo de la comunicación horizontal es la de suministrar apoyo entre los colaboradores de la organización para coordinar adecuadamente las actividades entre los distintos departamentos o áreas, facilitando la resolución de conflictos que pueden generar entre los mismos. El modelo es sencillo para que fluya entre los partícipes y tiene múltiples finalidades.

La propuesta de Beltrán es de doble vía y favorece que se consideren derechos, necesidades y recursos de comunicación. Este modelo permite el acceso al diálogo y la participación de la ciudadanía. Sin embargo, de lograr múltiples finalidades de la comunicación, es necesario ampliar el modelo incluyendo a los medios de comunicación que conforman el esquema que se maneja, las herramientas actuales como son las redes sociales e incluir el servicio de seguridad que se brinda.

De los diferentes criterios citados por los autores, se hace importante que se defina un modelo propio para el manejo comunicacional del SIS ECU 911.

2.5. Hipótesis

Si se desarrolla un modelo de comunicación enfocado a los medios informativos a través de las redes sociales del ECU 911 en el centro zonal 3, se difundirá adecuadamente las noticias generadas hacia la ciudadanía.

2.6. Señalamiento de variables de la hipótesis

Variable independiente: Modelo de comunicación para redes sociales

Variable dependiente: Seguridad ciudadana

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

La investigación se la desarrolla con un enfoque cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo porque se analizan datos estadísticos que reposan en el Departamento de Estadística del ECU 911 sobre eventos atendidos por la institución, así como las notas emitidas hacia los medios de comunicación. Esto va a permitir establecer patrones de comportamiento de una población.

Cualitativo porque se analiza la percepción de la ciudadanía sobre la difusión de los eventos atendidos por los medios de comunicación y la gestión de coordinación que brinda el ECU 911.

Para los autores Hernández, Fernández, & Baptista (2006) en relación al enfoque mencionan que el “Cuantitativo: ...mide fenómenos, utiliza estadísticas, emplea experimentación, análisis de causa-efecto”.

3.2. Método de la investigación

Se aplican varios métodos, entre los que se mencionan:

Método Inductivo – Deductivo: Este método parte de lo general a lo particular. Se utiliza para estudiar temas relacionados con el problema.

Se analiza la atención general del ECU 911 para centrar la atención en el área de comunicación y el contacto entre los medios y la población.

Método Analítico – Sintético: Permite analizar e interpretar información estadística.

Se analizan el número de emergencias atendidas y de llamadas receptadas, las acciones gestionadas en el área de comunicación para determinar los requisitos para establecer el modelo.

Método Descriptivo: Describe una situación tal como se presenta.

Se detallan las situaciones reales, a través de la observación que se presentan en el servicio de emergencia en cuanto a la comunicación en redes sociales y el impacto que genera en la ciudadanía.

3.3. Modalidad de la investigación

Las modalidades utilizadas son:

La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.). La de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. La investigación mixta es aquella que participa de la naturaleza de la investigación documental y de la investigación de campo. (Zorrilla ,1993:43)

Se ha considerado sea de campo, ya que la información se toma del ECU 911, institución que recepta las emergencias así como los medios de comunicación (radio, impresos, redes informativas, medios digitales, televisión) quienes difunden las noticias.

Así también es documental, debido a que se revisa información de seguridad ciudadana en: libros, revistas, periódicos, información de internet entre varios medios de recolección de información.

3.4. Población

De acuerdo al tema planteado, la población a la que está dirigida la investigación la integran las personas que laboran en los diferentes medios de comunicación de las provincias de Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua. Los medios son radio, impresos, medios digitales y televisión.

La investigación se enfoca a los medios de comunicación de Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 7. Medios de comunicación de Cotopaxi

Provincia	Tipo de medio	Nombre	Frecuencia / Canal
COTOPAXI	RADIO	Novedades AM	
COTOPAXI	RADIO	Latina FM	
COTOPAXI	RADIO	Latacunga FM	
COTOPAXI	RADIO	Latacunga AM	
COTOPAXI	RADIO	Elite FM	
COTOPAXI	RADIO	Radio Hechizo FM	
COTOPAXI	RADIO	Radio Nuevos Horizontes AM	
COTOPAXI	RADIO	“JS” SUPER STEREO	
COTOPAXI	RADIO	Radio Color Stereo	
COTOPAXI	RADIO	Radio Runatacuyac	
COTOPAXI	RADIO		
COTOPAXI	RADIO	Radio El Sol Pujilí	
COTOPAXI	RADIO	Noticiasmr.com	
COTOPAXI	RADIO	Radio JC	
COTOPAXI	RADIO	Radio Activa	
COTOPAXI	RADIO	Radio Nuevos Horizontes	
COTOPAXI	RADIO	Radio Estereo La Maná	
COTOPAXI	RADIO	Radio Stereo Latacunga	
COTOPAXI	IMPRESO	Cotopaxi Noticias	
COTOPAXI	IMPRESO	Al día Online	
COTOPAXI	IMPRESO	El Telégrafo	
COTOPAXI	IMPRESO	La Gaceta	
COTOPAXI	IMPRESO	La Hora	
COTOPAXI	IMPRESO	Salcedo al Día	
COTOPAXI	IMPRESO	Diario Salcedo Vanguardia	
COTOPAXI	IMPRESO	Los Andes	
COTOPAXI	TV	TV Color	36
COTOPAXI	TV	Elite TV	45
COTOPAXI	TV	Cotopaxi TV	17 Cable
COTOPAXI	TV	TV Micc	47
COTOPAXI	TV	VTV Producciones (Gama y Ecuavisa)	36
COTOPAXI	TV	Tele Amazonas y Salcedo al día	7
COTOPAXI	TV	Unimax	34
COTOPAXI	TV	Ecuador	49
COTOPAXI	RADIO	Stereo San Miguel FM	98.1
COTOPAXI	RADIO	Vanguardia	Salcedo
COTOPAXI	TV	Salcedo TV	3 (Cable)
COTOPAXI	RADIO	Ecos del Pueblo AM	1060
COTOPAXI	RADIO	Municipal Sigchos	98.1
COTOPAXI	RADIO	Stereo La Maná FM	94.3
COTOPAXI	RADIO	Bonita FM	106.7
COTOPAXI	RADIO	Popular AM	1480
COTOPAXI	TV	Maná TV	45

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Medios de comunicación de Pastaza

Provincia	Tipo de medio	Nombre	Frecuencia / Canal
PASTAZA	RADIO	SUPERTROPICANA	105.9
PASTAZA	RADIO	MIA	99.9
PASTAZA	RADIO	NINA	104.7
PASTAZA	RADIO	INTEREOCEÁNICA	103.5
PASTAZA	RADIO	AVENTURA	107.1
PASTAZA	RADIO	MUNICIPAL	89.9
PASTAZA	RADIO	ENCANTO	101.1
PASTAZA	RADIO	PUYO	89.1
PASTAZA	RADIO	OLÍMPICA	https://www.youtube.com/watch?v=m2V2LpUeJ80
PASTAZA	RADIO	TARIMIAT	93.5
PASTAZA	RADIO	WAO APENINKA	91.1
PASTAZA	RADIO	ANDWA LA VOZ DE LA FRONTERA	95.9
PASTAZA	RADIO	SÁPARA	92.7
PASTAZA	IMPRESO	LA PRENSA	2.000
PASTAZA	IMPRESO	EL OBSERVADOR	3.000
PASTAZA	IMPRESO	LOS ANDES	2.000
PASTAZA	IMPRESO	EL INDEPENDIENTE	4.000
PASTAZA	TV	SONOVISIÓN	canal 8
PASTAZA	TV	AMERICAN CABLE	canal 6
PASTAZA	TV	AMAZONAS TV	canal 2
PASTAZA	DIGITAL	PUYO GACETA	www.puyogaceta.com
PASTAZA	DIGITAL	NOTIAMAZONIA	www.notiamazonia.com
PASTAZA	DIGITAL	ECUADOR INFORMATIVO	www.ecuadorinformativo.com
PASTAZA	DIGITAL	SIETE DIAS	www.sietediasecuador.com
PASTAZA	IMPRESO	REVISTA PARAÍSO	

Fuente: elaboración propia

Tabla 9. Medios de comunicación de Tungurahua

Provincia	Tipo de medio	Nombre	Frecuencia / Canal
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario El Ambateño	
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario El Heraldito	
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario La Hora	
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario El Comercio	
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario El Telégrafo	
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario El Universo	
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario Extra / Expreso	
TUNGURAHUA	IMPRESO	Diario Los Andes (Riobamba)	
TUNGURAHUA	RADIO	Cotopaxi Noticias (Cotopaxi)	
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Alegría	98.5 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Ambato	930 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Amor	96.9 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Bandida	89.7 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Bonita	93.7 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Brisa	(Píllaro)95.3 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Calidad	1260 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Canela	106.5 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Caracol	91.3 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Centro	91.7 FM / 1130 AM

TUNGURAHUA	RADIO	Radio Colosal	1040 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Continental	1320 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Dorado	1530 AM
		Deportes	
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Exclusiva	
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Identidad	Radio Identidad
TUNGURAHUA	RADIO	Radio La Voz del Santuario (Baños)	960 AM / 98.7 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Líder	1010 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Melodía	90.5 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Mera	1380 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Olímpica	(Baños / Puyo)
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Panamericana (Quero)	1590 AM / 92.9 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Paz y Bien	104.5 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Píllaro	870 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Grupo Radial	88.9 FM/
		Continental	88.5 FM/
		Rumba	1.320 AM
		Romance	
		Continental	
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Sensación	102.9 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Sira	1210 AM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Stereo Fiesta	94.5 FM
TUNGURAHUA	RADIO	Radio Única	98.1 FM
TUNGURAHUA	RADIO	CORAPE	
		Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador	
TUNGURAHUA	RADIO	TUNGURAHUA HABLA	
TUNGURAHUA	TV	Ambavisión	2
		Canal 2	
TUNGURAHUA	TV	American Cable – Pelileo	2
		Canal 2	
TUNGURAHUA	TV	Astro TVRED – Patate	3
		Canal 3	
TUNGURAHUA	TV	Canela Televisión	
TUNGURAHUA	TV	CN Plus	
TUNGURAHUA	TV	Ecuador TV	
TUNGURAHUA	TV	Ecuavisa	
TUNGURAHUA	TV	GamaTV	
TUNGURAHUA	TV	OroMar Televisión	
TUNGURAHUA	TV	RTB- Baños	2
		Canal 2	
TUNGURAHUA	TV	RTS	
TUNGURAHUA	TV	Teleamazonas	
TUNGURAHUA	TV	TC Televisión	
TUNGURAHUA	TV	Unimax	34
		Canal 34	
TUNGURAHUA	IMPRESO	OROMEDIOS	

Fuente: elaboración propia

3.5. Muestra

El total de medios son 134 medios registrados, para lo cual se aplica la fórmula que arroja el número de encuestas que se aplican:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot pq}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot pq}$$

Z^2 nivel de confiabilidad
 n Encuestados
 N Población
 e^2 error estimación
 p probabilidad a favor
 q probabilidad en contra

N	134
e²	1,96
z²	9,78%
p	0,5
q	0,5
n:	54,44

Se aplican 54 encuestas en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza, correspondientes al Zonal 3.

3.6. Técnica

Para conocer la percepción que tienen los profesionales de la comunicación en los diferentes medios, se aplica una encuesta estructurada, en relación a la información que proporciona el SIS ECU 911, Zonal 3.

3.7. Operacionalización de variables

La operacionalización permite analizar las categorías planteadas para la investigación de la manera más adecuada, partiendo de un todo para luego irlo desglosando en pequeñas partes y de esta manera facilitar tanto su estudio así como también el entendimiento y razonamiento.

Variables

Tabla 10. Variable independiente- Comunicación en redes sociales

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	CONCEPTUALIZACION	INDICADORES	ITEMS	CRITERIO DE MEDICION DEL INDICADOR	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI "un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades".	Comunicación	Difusión de eventos hacia la comunidad	Número de eventos difundidos/ publicados	Las notas emitidas por el ECU 911 son difundidas a la comunidad? - Tipos de medios aplicados - Frecuencia	Escala nominal	Encuesta dirigida a los representantes de los medios de comunicación	Cuestionario
	Redes sociales	Qué uso le dan a las redes sociales	Número de notas que se generan diariamente en redes sociales	Qué impacto considera que genera en la ciudadanía la información que el medio emite? - Impacto generado - Percepción general	Escala nominal	Encuesta dirigida a los usuarios	Cuestionario

Fuente: elaboración propia

Tabla 11. Variable dependiente-Seguridad Ciudadana

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	CONCEPTUALIZACION	INDICADORES	ITEMS	CRITERIO DE MEDICION DEL INDICADOR	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Monsalve Briceño, (2009) “Una necesidad social. Este concepto se refiere a las exigencias específicas de la población vinculada con la delincuencia y las situaciones de vulnerabilidad y riesgo para sus personas y bienes...”	Coordinación atención de emergencias	Sistema Integrado de Seguridad ECU 911	Número de llamadas de emergencia recibidas	Todas las llamadas son atendidas? - Tipo de atención - Tiempo de atención - Gestión	Escala nominal	Análisis de datos estadísticos	Bases de datos
	Atención instituciones de emergencia	Atención a la ciudadanía	Número de atenciones realizadas	Cómo atienden las instituciones las emergencias? - Calificación del servicio en sitio	Escala nominal	Encuesta dirigida a los usuarios	Cuestionario

Fuente: elaboración propia

3.8. Recolección de información

Se incluyen estrategias metodológicas para cumplir con los objetivos e hipótesis de investigación planteados, que están relacionados directamente con el enfoque escogido:

- Determinación de la población seleccionada (medios de comunicación)
- Selección de las técnicas para el proceso de recolección de información
- Definición de los instrumentos diseñados de acuerdo para la investigación
- Clasificación de recursos de apoyo

3.9. Plan de recolección de información

Con la finalidad de agrupar toda la información requerida del plan, se elabora una tabla conteniendo toda la información:

Tabla 12. Plan de Recolección de datos

PLAN RECOLECCIÓN INFORMACIÓN		
PREGUNTAS	DESCRIPCIÓN	
Preguntas básicas	Informativas sobre el proyecto	
¿Para qué?	Para lograr los objetivos plantados en la investigación	
¿A qué personas?	Periodistas de Medios de Comunicación	
¿Sobre qué aspectos?	REDES SOCIALES	Recepción de comunicados
		Uso de las redes sociales
		Difusión de comunicados
	SEGURIDAD CIUDADANA	Emisión de comunicados
		Percepción ciudadanía
¿Quién?	Angela Fonseca	
¿Cuándo?	De acuerdo a cronograma establecido	
¿Dónde?	Provincia de Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza	
¿Qué técnicas de recolección se usará?	Encuestas/entrevistas	
	Observación	
¿Con qué?	Formato de encuesta/entrevista	
	Información previa del objetivo que se desea alcanzar	
¿En qué situación?	En las fechas establecidas	

Fuente: elaboración propia

3.10. Proceso y análisis

3.10.1. Plan de procesamiento

Una vez que se estableció el formato de la encuesta, se procedió a ubicar a los periodistas que laboran en los diferentes medios de comunicación de las tres provincias consideradas: Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza.

Cuando se les contactó, se informa del objetivo que tiene la encuesta y el beneficio que proporcionará al servicio que presta el Departamento de Comunicación del ECU 911, y a la ciudadanía a través del trabajo que realizan. También se les explica que la encuesta es anónima, solicitando que lo que expresen esté totalmente apegado a su percepción. Se agradece el tiempo dedicado para esta actividad.

Una vez que se aplicaron las encuestas, se realizó el siguiente procesamiento de datos:

- Análisis y depuración de la información recolectada.
- Identificación de la información más relevante.
- Análisis de los casos individuales o casos especiales para corregir fallas.
- Tabulación de los datos revisados según las preguntas aplicadas.
- Realización de la presentación gráfica.
- Análisis e interpretación de datos.

La representación gráfica se realizó con el apoyo del programa de Microsoft Excel, a través de la elaboración de diagramas de pastel y barras. Los gráficos permiten tener un panorama completo y rápido de los resultados.

3.10.2. Plan de análisis e interpretación

Cuando los datos se encontraban totalmente tabulados y graficados se procede a:

- Analizar los datos estadísticos en porcentajes. Se relacionan los datos obtenidos con los objetivos e hipótesis planteados.
- Se procede a interpretar los datos con la información previamente recolectada de la institución y el marco teórico.
- Determinar las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

De acuerdo al cálculo realizado, se aplica la encuesta a 54 periodistas de los medios de comunicación, se receiptan los siguientes resultados:

INFORMACIÓN GENERAL

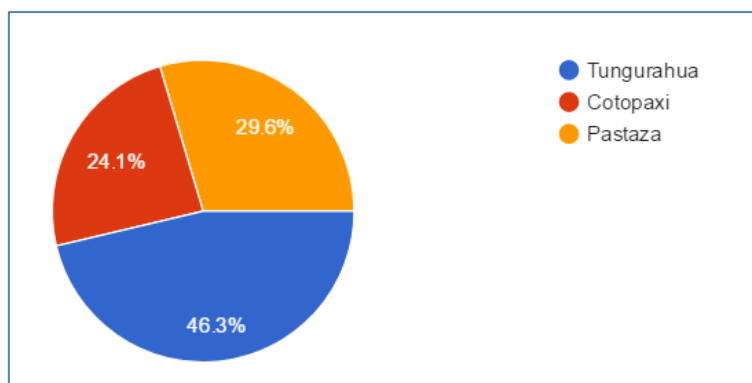
Provincia donde está localizado el medio de comunicación donde usted trabaja:

Tabla 13. Medio de comunicación por provincia

Provincia	Medios encuestados	%
Tungurahua	25	46,30%
Cotopaxi	13	24,07%
Pastaza	16	29,63%
Total	54	100,00%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 4. Provincia del medio de comunicación



Fuente: elaboración propia

Interpretación: el mayor número de medios corresponde a Tungurahua, razón por la cual respondieron el 46,3%, seguida de Pastaza con 29,6% y Cotopaxi con 24,1%; esto debido a que en Tungurahua se concentra la mayor cantidad de alertas como de: maltrato intrafamiliar, atropellos, escándalo en la vía pública por consumo de alcohol, entre otros.

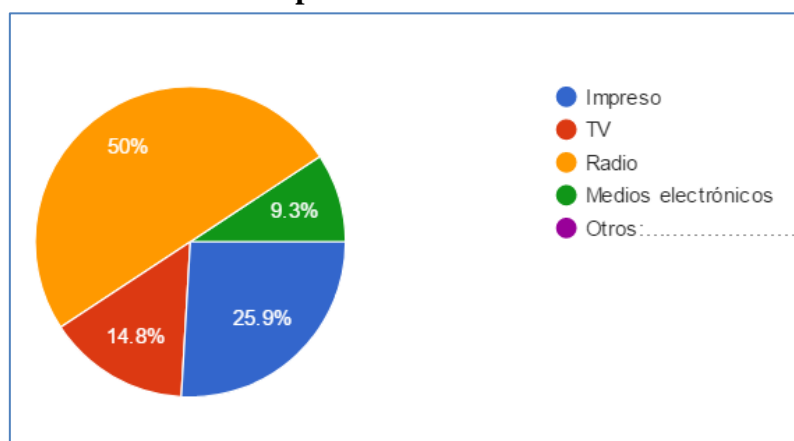
Medio de comunicación al cual pertenecen las personas encuestadas:

Tabla 14. Tipo de medio de comunicación

Provincia	Medios encuestados	%
Radio	27	50,0%
Impreso	14	25,9%
TV	8	14,8%
Medios electrónico	5	9,3%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 5. Tipo de medio de comunicación



Fuente: elaboración propia

Interpretación: de las 54 personas encuestadas en las tres provincias, el 50% corresponde a medios radiales, 25,9% a impresos, 14,8% a televisión y el 9,3% a medios electrónicos o digitales. Los medios radiales se encuentran en mayor número en las tres provincias.

Desarrollo del tema de investigación:

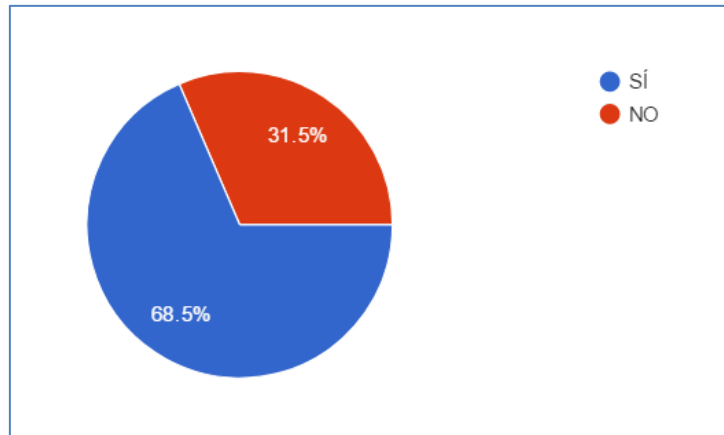
1. En el medio de comunicación que usted labora, ¿utilizan las redes sociales para recibir información de entidades privadas y públicas?

Tabla 15. Uso de redes sociales

Parámetros	Respuestas	%
Sí	37	68,5%
No	17	31,5%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 6. Uso de redes sociales



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

El 68,5% de encuestados, mencionan que utilizan las redes sociales para recibir información, el 31,5% menciona que no. Esto se debe a que varios medios radiales salen a buscar noticias, razón por la cual la generan ellos mismos. Así también, varios de estos medios, se limitan a difundir información que se publica en los medios impresos.

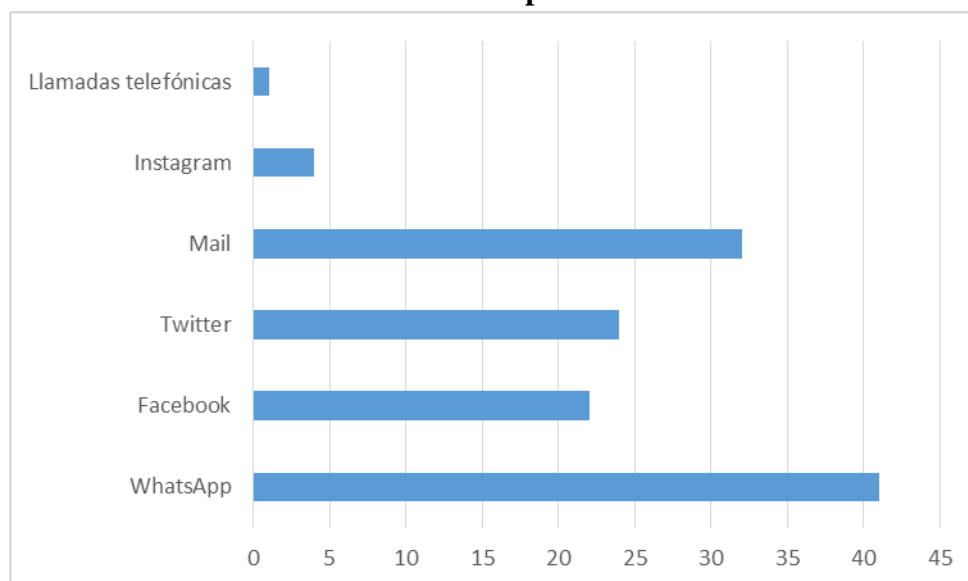
1.1 Medios por los cuales recibe información

Tabla 16. Medios de recepción de información

Medios recepción información	Respuestas	%
WhatsApp	41	33,1%
Facebook	22	17,7%
Twitter	24	19,4%
Mail	32	25,8%
Instagram	4	3,2%
Llamadas telefónicas	1	0,8%
Total	124	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 7. Medios de recepción de información



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La mayor cantidad de encuestados mencionan que reciben información mediante el WhatsApp, seguidas del correo electrónico; sin embargo, también utilizan twitter y Facebook. En menor cantidad reciben a través del Instagram y por llamadas telefónicas, debido a que la población no utiliza mayoritariamente Instagram y las llamadas telefónicas requiere de tiempo y dinero, además que se deben realizar de forma individual. Los chats generados en WhatsApp permiten enviar una sola información a varias personas, ahorrando tiempo y dinero. Existen chats que son manejados por instituciones públicas en los que se incluyen la participación de varios medios de comunicación de las tres provincias, con quienes interactúan datos relevantes.

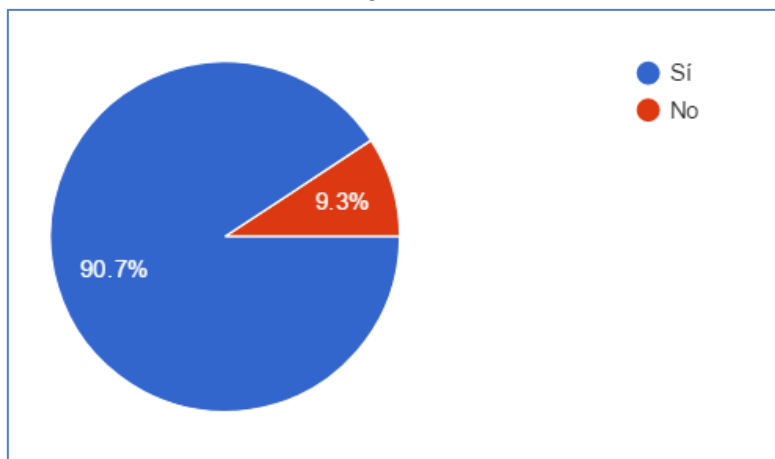
2. ¿Considera que las redes sociales facilitan el flujo de información?

Tabla 17. Flujo de información

Parámetros	Respuestas	%
Sí	49	90,7%
No	5	9,3%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 8. Flujo de información



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

El 90.7% de los encuestados, mencionan que las redes sociales facilitan el flujo de información, el 9.3% mencionan que no es así. A través de las diferentes redes sociales, los medios de comunicación pueden difundir noticias que se generan al momento.

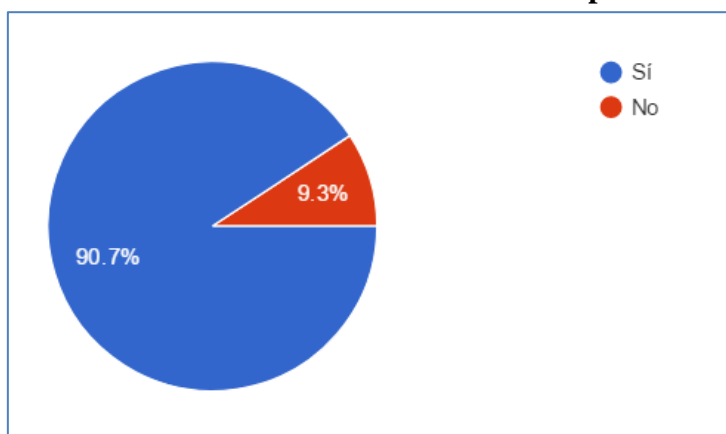
3. ¿Cree que los medios de comunicación deben interactuar con las instituciones públicas a través de las redes sociales?

Tabla 18. Interacción con instituciones públicas

Parámetros	Respuestas	%
Sí	49	90,7%
No	5	9,3%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 9. Interacción con instituciones públicas



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Los encuestados en un 90.7% mencionan que interactúan con las instituciones públicas a través de las redes sociales. El 9.3% menciona que no lo realizan.

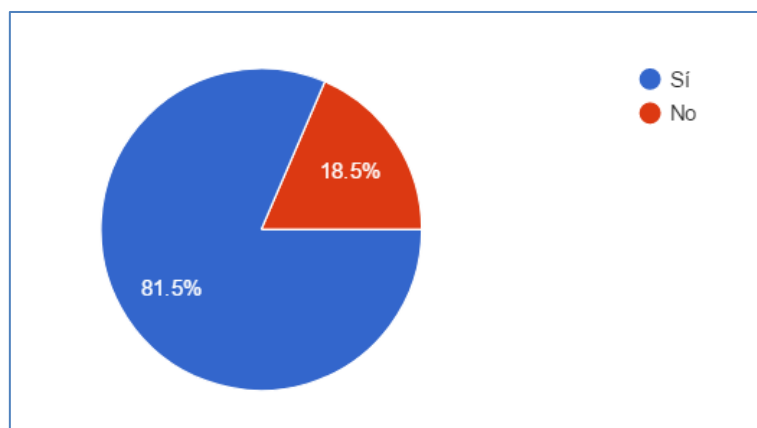
4. En el medio de comunicación donde usted labora, ¿se verifican las fuentes de información antes de difundir la información?

Tabla 19. Verificación fuentes de información

Parámetros	Respuestas	%
Sí	44	81,5%
No	10	18,5%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 10. Verificación fuentes de información



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

En relación a la verificación de las fuentes de información, previo a la difusión mencionan que sí lo realizan el 81,5%. El 18,5% no lo realizan. Los periodistas confían en la información que emite el ECU 911 Zonal 3, debido a que ésta se encuentra validada por las instituciones articuladas, las que pueden ser comprobadas en las fichas que el sistema genera (fichas informativas y audios).

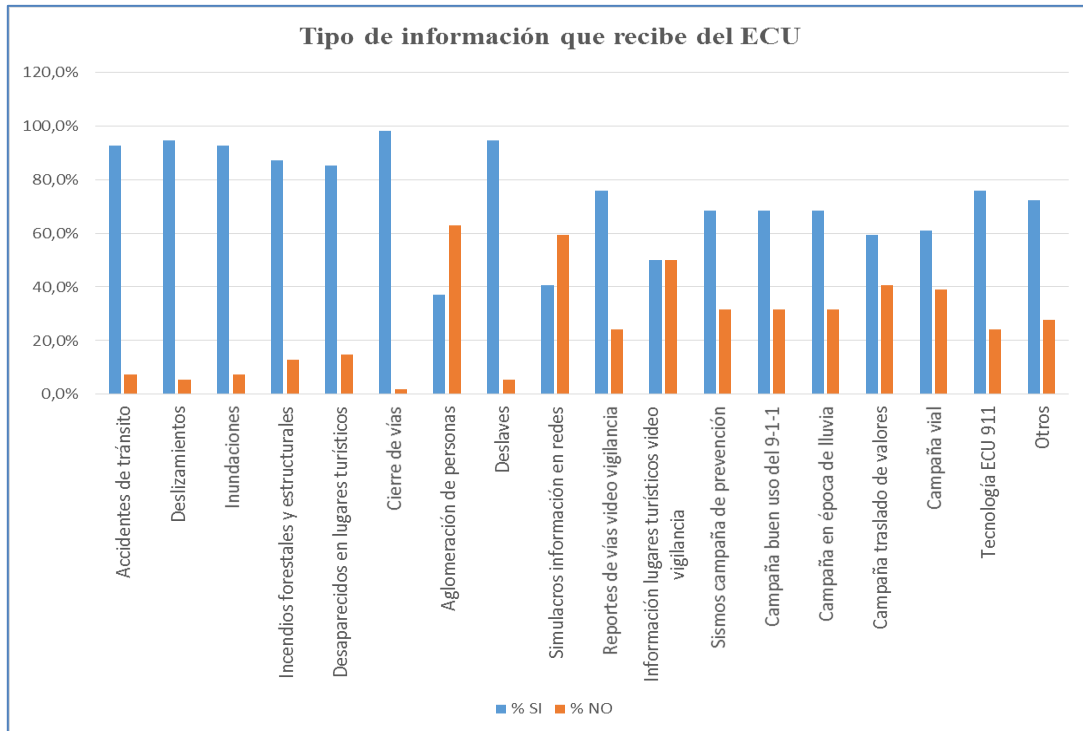
5. Qué tipo de información, recibe su medio de comunicación del SIS ECU 911:

Tabla 20. Tipos de eventos

TIPO DE EVENTOS	% SI	% NO	% TOTAL
Accidentes de tránsito	92,6%	7,4%	100,0%
Deslizamientos	94,4%	5,6%	100,0%
Inundaciones	92,6%	7,4%	100,0%
Incendios forestales y estructurales	87,0%	13,0%	100,0%
Desaparecidos en lugares turísticos	85,2%	14,8%	100,0%
Cierre de vías	98,1%	1,9%	100,0%
Aglomeración de personas	37,0%	63,0%	100,0%
Deslaves	94,4%	5,6%	100,0%
Simulacros información en redes	40,7%	59,3%	100,0%
Reportes de vías video vigilancia	75,9%	24,1%	100,0%
Información lugares turísticos video vigilancia	50,0%	50,0%	100,0%
Sismos campaña de prevención	68,5%	31,5%	100,0%
Campaña buen uso del 9-1-1	68,5%	31,5%	100,0%
Campaña en época de lluvia	68,5%	31,5%	100,0%
Campaña traslado de valores	59,3%	40,7%	100,0%
Campaña vial	61,1%	38,9%	100,0%
Tecnología ECU 911	75,9%	24,1%	100,0%
Otros	72,2%	27,8%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 11. Tipos de eventos



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

El evento que más reciben los medios de comunicación son los relacionados con 98.1% sobre cierre de vías, con 94.4% deslizamientos y deslaves, seguidos con 92.6% de inundaciones y accidentes de tránsito. Los eventos que no reciben información, según su criterio son por aglomeración de personas con 63%, seguida de simulacros de información con 59.3%.

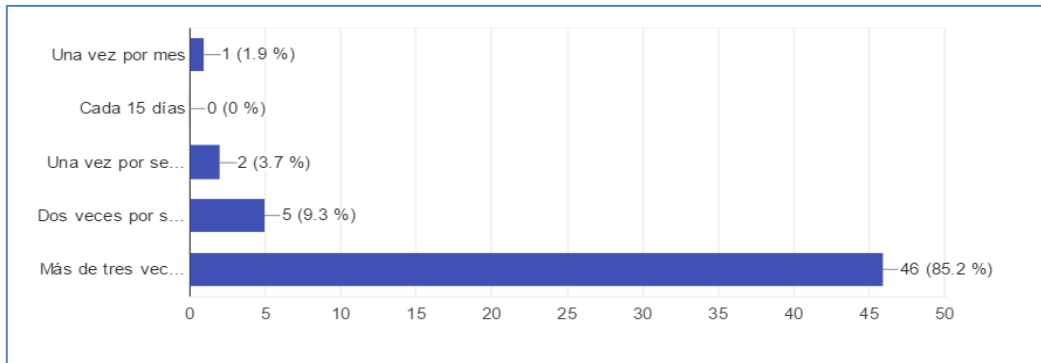
5.1. ¿Con qué frecuencia recibe información del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911?

Tabla 21. Frecuencia recepción información

Frecuencia información	Respuestas	%
Una vez por mes	1	1,9%
Cada 15 días	0	0,0%
Una vez por semana	2	3,7%
Dos veces por semana	5	9,3%
Más de tres veces por semana	46	85,2%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 12. Frecuencia recepción información



Fuente: elaboración propia

Interpretación: el 85,2% menciona que reciben información más de tres veces por semana, lo cual es positivo para la institución pues refleja el compromiso de informar.

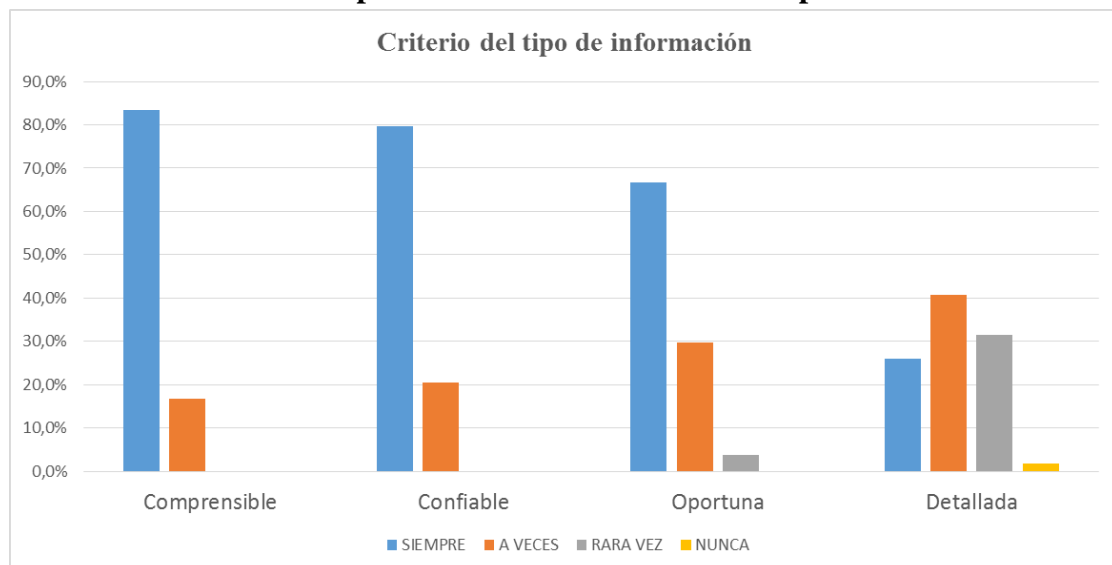
6. ¿La información que recibe del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, según su criterio es?

Tabla 22. Percepción de la información emitida por el ECU 911

Descripción	SIEMPRE	A VECES	RARA VEZ	NUNCA	TOTAL
Comprensible	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	100%
Confiable	79,6%	20,4%	0,0%	0,0%	100%
Oportuna	66,7%	29,6%	3,7%	0,0%	100%
Detallada	25,9%	40,7%	31,5%	1,9%	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 13. Percepción de la información emitida por el ECU 911



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Las personas encuestadas tienen la percepción que la información enviada por el ECU 911 es siempre comprensible con 83,3%, confiable 79,6%, oportuna 66,7%; sin embargo, se evidencia que existe una percepción que la información es detallada a veces y rara vez. Esta situación se debe a que los protocolos actuales no permiten entregar información detallada porque puede entorpecer las investigaciones que se estén realizando sobre el evento.

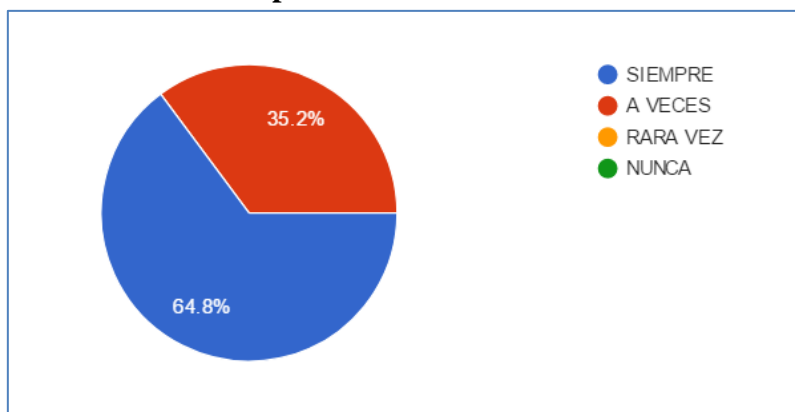
7. ¿Si usted recibe información del SIS ECU 911, considera que es importante difundirlas?

Tabla 23. Importancia de difundir información

Parámetros	Respuestas	%
SIEMPRE	35	64,8%
A VECES	19	35,2%
RARA VEZ	0	0,0%
NUNCA	0	0,0%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 14. Importancia de difundir información



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

El 64,8% menciona que siempre es importante difundir la información proporcionada; el 35,2% menciona a veces. La información es seleccionada por el medio de comunicación, quien toma la decisión de acuerdo a la importancia de la noticia.

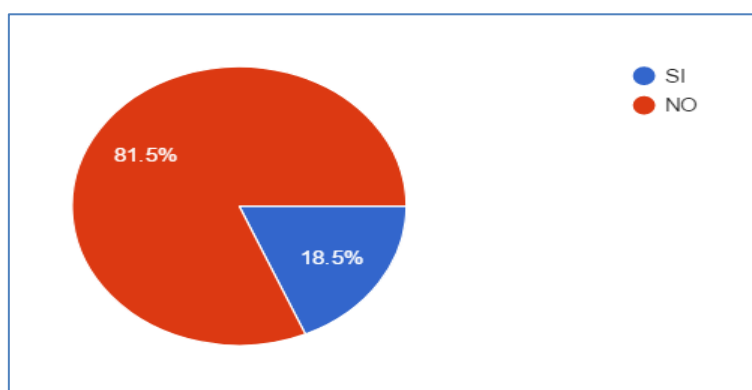
8. Cuando usted recibe información del SIS ECU 911, ¿responde a los remitentes para confirmar que la recibió?

Tabla 24. Confirmación de información

Parámetros	Respuestas	%
Sí	10	18,5%
No	44	81,5%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 15. Confirmación de información



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

El 81,5% de los periodistas encuestados mencionan que no confirman al ECU 911 que recibieron información; sin embargo, se puede comprobar que sí la recibieron por las publicaciones que realizan, a través de los medios donde laboran.

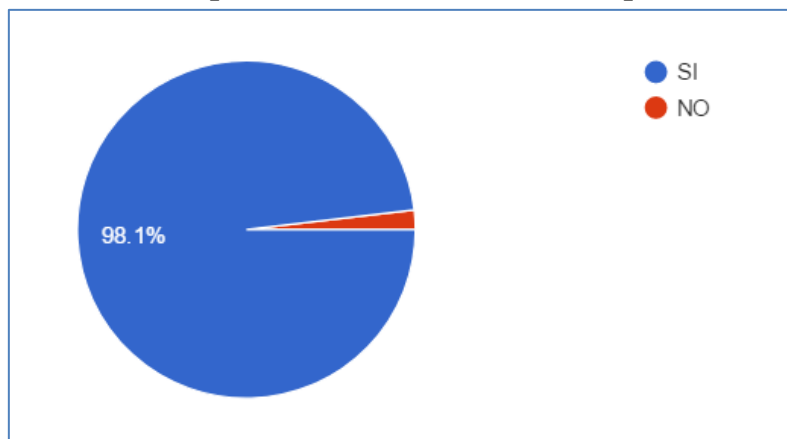
9. ¿Las herramientas de comunicación utilizadas por el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 Zonal 3, para difundir eventos importantes suscitados, son adecuadas?

Tabla 25. Percepción herramientas utilizadas por el ECU 911

Parámetros	Respuestas	%
Sí	53	98,1%
No	1	1,9%
Total	54	100,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 16. Percepción herramientas utilizadas por el ECU 911



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

El 98,1% de encuestados mencionan que las herramientas utilizadas por el ECU 911 para difundir la información son las adecuadas. El 1,9% consideran que no.

10. Qué alternativas sugiere al Departamento de Comunicación del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 Zonal 3, para tomar contacto con los colaboradores de los medios e informar sobre eventos, por favor descríbalos:

Tabla 26. Sugerencias al Departamento de Comunicación

Descripción	Respuestas	%
Entregar información de manera oportuna	17	32,1%
Detallar más la información	14	26,4%
Difundir notas con videos, fotografías de eventos	8	15,1%
Entregar información de Pastaza y Cotopaxi	3	5,7%
Sugiere difundir flash informativos en audios	2	3,8%
Confirmar si se recibió la información	2	3,8%
Incluir en chat de ECU a reporteros	2	3,8%
Una persona para dar declaraciones	1	1,9%
Mejorar calidad de imágenes	1	1,9%
Citar las fotografías	1	1,9%
Realizar seminarios, charlas	1	1,9%
Utilizar otros medios Periscope, tnychat	1	1,9%
Total	53	100,0%

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Cuando se consulta sobre sugerencias para que el Departamento de Comunicación mejore comentan con 30,4% entregar información de manera oportuna. El 25,0% requiere información más detallada, el 14,3% requiere difundir notas con videos y fotografías de eventos.

4.2. Verificación de hipótesis

Para verificar la hipótesis, se utiliza un estadígrafo en este caso se habla sobre el χ^2 .

El χ^2 permite determinar si existe una relación entre dos variables, para realizar esta prueba se escoge tres preguntas más relevantes de la encuesta a los estudiantes, el resultados permite verificar si la hipótesis planteada se cumple. Las preguntas deben tener las mismas alternativas, para luego elaborar las tablas con los datos correspondientes y así ubicarlo en el programa Excell obteniendo el rango de confiabilidad.

A través del análisis e interpretación de la información obtenida y del sustento teórico presentado en el trabajo investigativo permite aceptar la hipótesis formulada:

4.3. Hipótesis

Si se desarrolla un modelo de comunicación enfocado a los medios informativos a través de las redes sociales del ECU 911 en el centro zonal 3, se difundirá adecuadamente las noticias generadas hacia la ciudadanía.

H1 (alterna): Si se desarrolla un modelo de comunicación enfocado a los medios informativos a través de las redes sociales del ECU 911 en el centro zonal 3, sí se difundirá adecuadamente las noticias generadas hacia la ciudadanía.

H0 (nula): Si se desarrolla un modelo de comunicación enfocado a los medios informativos a través de las redes sociales del ECU 911 en el centro zonal 3, no se difundirá adecuadamente las noticias generadas hacia la ciudadanía.

Para la verificación hipotética se utiliza el nivel de $\alpha = 0.05$ con 95% de confianza.

4.4. Descripción de la población

Se toma como muestra aleatoria, los medios de comunicación de las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza.

4.5. Fórmula cálculo del chi cuadrado

Se trata de un cuadro de contingencia de 3 filas por 2 columnas con la aplicación de la siguiente fórmula estadística. Las filas hacen referencia a las preguntas en este caso, se han tomado 3 preguntas del total de la encuesta, y las columnas hacen referencia a la alternativa de la pregunta, en este caso cada pregunta tiene 2 literales (si, no).

$$\text{Fórmula del chi cuadrado: } \chi^2 = \sum \left[\frac{(O-E)^2}{E} \right]$$

4.5.1. Determinación de grados de libertad

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro tiene tres filas y dos columnas:

Fórmula para obtener los grados de libertad:

$$GL = (f - 1) (c - 1)$$

$$GL = (3 - 1) (2 - 1)$$

$$GL = (2) (1)$$

$$GL = 2$$

Con 2 grados de libertad y un nivel de 0,05 de la tabla de datos de chi cuadrado.

$$\chi^2_t = 5.9915$$

4.5.2. Cálculo de datos

Se realizan los cálculos de las frecuencias observadas y esperadas. Se presentan a continuación:

Tabla 27. Frecuencias observadas

Preguntas	SI	NO	SUBTOTAL
1. En el medio de comunicación que usted labora, ¿utilizan las redes sociales para recibir información de entidades privadas y públicas?	37	17	54
2. ¿Considera que las redes sociales facilitan el flujo de información?	49	5	54
4. En el medio de comunicación donde usted labora, ¿se verifican las fuentes de información antes de difundir la información?	44	10	54
Subtotal	130	32	162

Fuente: elaboración propia

Tabla 28. Frecuencias esperadas

Preguntas	SI	NO	SUBTOTAL
1. En el medio de comunicación que usted labora, ¿utilizan las redes sociales para recibir información de entidades privadas y públicas?	43	11	54
2. ¿Considera que las redes sociales facilitan el flujo de información?	43	11	54
4. En el medio de comunicación donde usted labora, ¿se verifican las fuentes de información antes de difundir la información?	43	11	54
Subtotal	130	32	162

Fuente: elaboración propia

Tabla 29. Cálculo del chi cuadrado

FRECUENCIAS			
OBSERVADAS	ESPERADAS	RESULTADO	
37	43	0,9	
49	43	0,7	
44	43	0,0	
17	11	3,8	
5	11	3,0	
10	11	0,0	
TOTAL		8,5	CHI CUADRADO CALCULADO

5,9915 CHI CUADRADO TABULAR

Fuente: elaboración propia

4.5.5. Decisión

Si el valor del chi cuadrado calculado (8,5) es mayor del chi cuadrado tabular (5.9915), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que dice: **H1 (alterna):** Si se desarrolla un modelo de comunicación enfocado a los medios informativos a través de las redes sociales del ECU 911 en el centro zonal 3, sí se difundirá adecuadamente las noticias generadas hacia la ciudadanía.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se observa que Tungurahua es la provincia con mayor cantidad de medios de comunicación con 46,30%, seguido de Pastaza con 29,63% y Cotopaxi con 24,07%. Esta situación se relaciona directamente con la población que tienen las tres provincias. Tungurahua es la de mayor población, razón por la cual recibe la mayor cantidad de alertas.
- De los medios de comunicación que aportaron a la encuesta, el 50% corresponde a radios, medios impresos a 25,9%, TV el 14,8% y medios electrónico el 9,3%. Los medios radiales se encuentran en mayor número en las tres provincias.
- Se observa que en la actualidad los medios de comunicación utilizan las redes sociales para recibir información tanto de entidades públicas como privadas con un 68,5%. El resultado obtenido, se debe a que los medios radiales generan sus propias noticias y también leen los medios impresos, no solo esperan que lleguen las notas por esta vía.
- De los medios de comunicación más utilizados son el WhatsApp con 33,1%, seguidas del correo electrónico con 25,8%, Twitter con 19,4% y Facebook con 17,7%. En menor proporción se encuentran las llamadas telefónicas y el Instagram. Se han creado chats de instituciones públicas en los que participan también los medios de comunicación encuestados.
- El 90,7% considera que las redes sociales facilitan el flujo de información por varios factores como: tiempos más cortos, información comprobada de una fuente seria, fotografías, entre otros.
- Consideran que los medios de comunicación deben interactuar con las instituciones públicas a través de las redes sociales con 90,7% por los beneficios que proporcionan.
- Una vez que la Ley de Comunicación está vigente, los medios de comunicación están conscientes que deben verificar las fuentes de información, esto con la finalidad de no infringirla y causar inconvenientes al medio. El 81,5% de encuestados, consideran que la información que emite el ECU es confiable.
- Se evidencia que el evento que más se difunde hacia los medios de comunicación son los relacionados con: cierre de vías con 98,1%, sobre deslizamientos y deslaves 94,4%, seguidos con 92,6% sobre inundaciones y accidentes de tránsito. Los eventos que no son

informados están relacionados con aglomeración de personas con 63%, seguida de simulacros de información con 59,3%.

- Se observa que el 85,2% menciona que reciben información más de tres veces por semana, lo cual es positivo para la institución pues refleja el compromiso de informar.
- Las personas encuestadas tienen la percepción que la información enviada por el ECU 911 es siempre comprensible con 83,3%, confiable 79,6%, oportuna 66,7%; sin embargo, se evidencia que existe una percepción que la información es detallada a veces y rara vez.
- El 64,8% menciona que siempre es importante difundir la información proporcionada; el 35,2% menciona a veces.
- El 81,5% de los periodistas encuestados mencionan que no confirman al ECU 911 que recibieron información, debido a que reciben información permanentemente.
- El 98,1% de encuestados mencionan que las herramientas utilizadas por el ECU 911 para difundir la información son las adecuadas. El 1,9% consideran que no.
- Cuando se consulta sobre sugerencias para que el Departamento de Comunicación mejore, comentan con 30,4% que requieren que la información sea entregada de manera oportuna. El 25,0% requiere información más detallada, el 14,3% requiere difundir notas con videos y fotografías de eventos.

5.2 Recomendaciones

- El SIS ECU 911 es una institución cuya misión es salvar vidas, para lo cual está comprometida con la ciudadanía, siendo importante informar los acontecimientos que se generan con total honestidad, sin sensacionalismos y con un enfoque educativo, para lo cual se apoya fuertemente en el trabajo que realizan los diferentes medios de comunicación para que la información llegue a la población con las mismas características con las cuales son generadas. Se recomienda aplicar permanentemente el modelo de comunicación generado para que sea de conocimientos de los interesados en difundir información real.
- Las redes sociales juegan un papel importante en la sociedad y mucho más en los medios de comunicación que se encuentran comprometidos con la ciudadanía en informar los acontecimientos que se generan, pero de una fuente confiable, por lo que se recomienda mantener estos canales de comunicación activos bajo parámetros claros de difusión.
- Mantener la cantidad de emisiones de información que se generan semanalmente.

- Adjuntar a la noticia una fotografía o video que sustente lo que se menciona en la nota informativa.
- Realizar un taller informativo dirigido a los periodistas sobre los protocolos de información que se manejan actualmente, con ejemplos de los casos de investigación.
- Difundir todo tipo de eventos que se generen, no solo los mencionados en la encuesta.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Título de la propuesta: SIS ECU 911 informa por medio de las redes sociales

6.1 Datos informativos

Creación del ECU 911

El Presidente de la República del Ecuador, emite el decreto No. 988, Art. 1 menciona: “Objeto.- El presente Decreto Ejecutivo tiene por objeto regular la implementación del Servicio Integrado de Seguridad ECU-911, como herramienta tecnológica integradora de los servicios de emergencia...” (Correa, 2011). La Asamblea Nacional, (2008) lo describe como “un servicio de respuesta inmediata e integral a una determinada emergencia”.

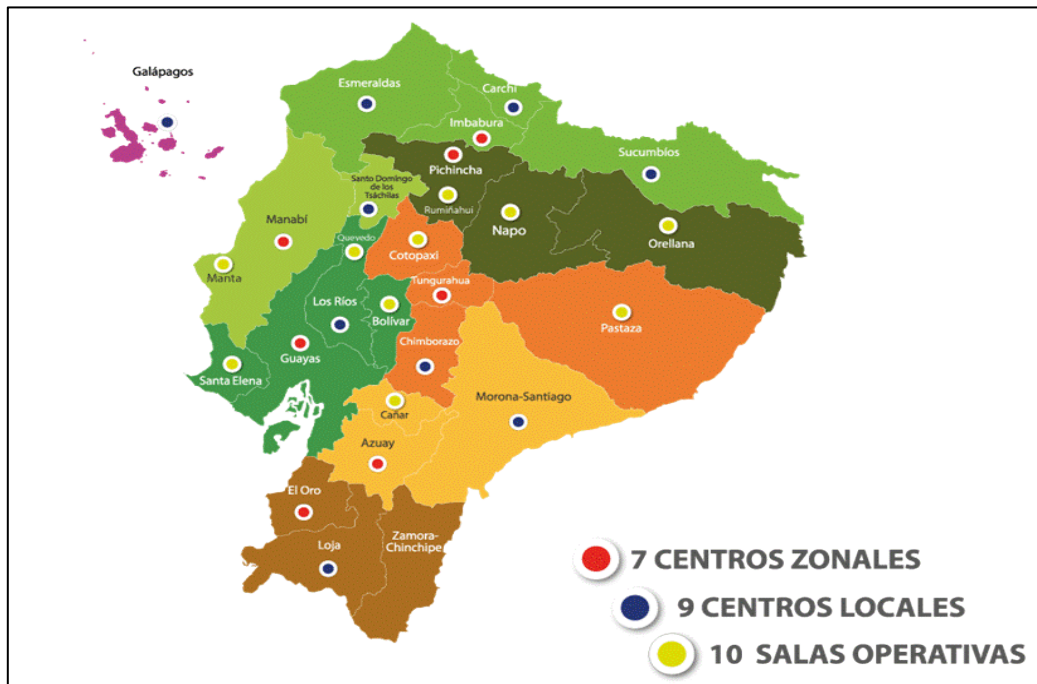
Los objetivos estratégicos planteados por el ECU (2011), son los siguientes:

- Incrementar la eficiencia y efectividad operacional del servicio.
- Incrementar el nivel de colaboración y relacionamiento interinstitucional.
- Incrementar la eficiencia y efectividad de los procesos sustentados en sistemas de gestión orientados a la calidad, seguridad y salud en el trabajo, gestión ambiental y seguridad.
- Incrementar el nivel del uso responsable del servicio por parte de la ciudadanía

El ECU 911 coordina la siguientes instituciones: Policía Nacional, Fuerzas Armadas, Cuerpo de Bomberos, Agencia Nacional de Tránsito, Ministerio de Salud Pública, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Secretaría de Gestión de Riesgos, Cruz Roja Ecuatoriana como principales, también coordina otras instituciones locales que se están integrando al servicio, como Municipios.

A partir del decreto emitido el 29 de diciembre del 2011, nace el primer ECU 911 en Samborondón y en la actualidad son 16 los centros a nivel nacional cubriendo el 100% del territorio. Se dividen en centros zonales (7), locales (9) y salas operativas (10) según se lo muestra en el siguiente gráfico:

Ilustración 5. Cobertura nacional



Fuente: tomado de Ecu 911 (2016)

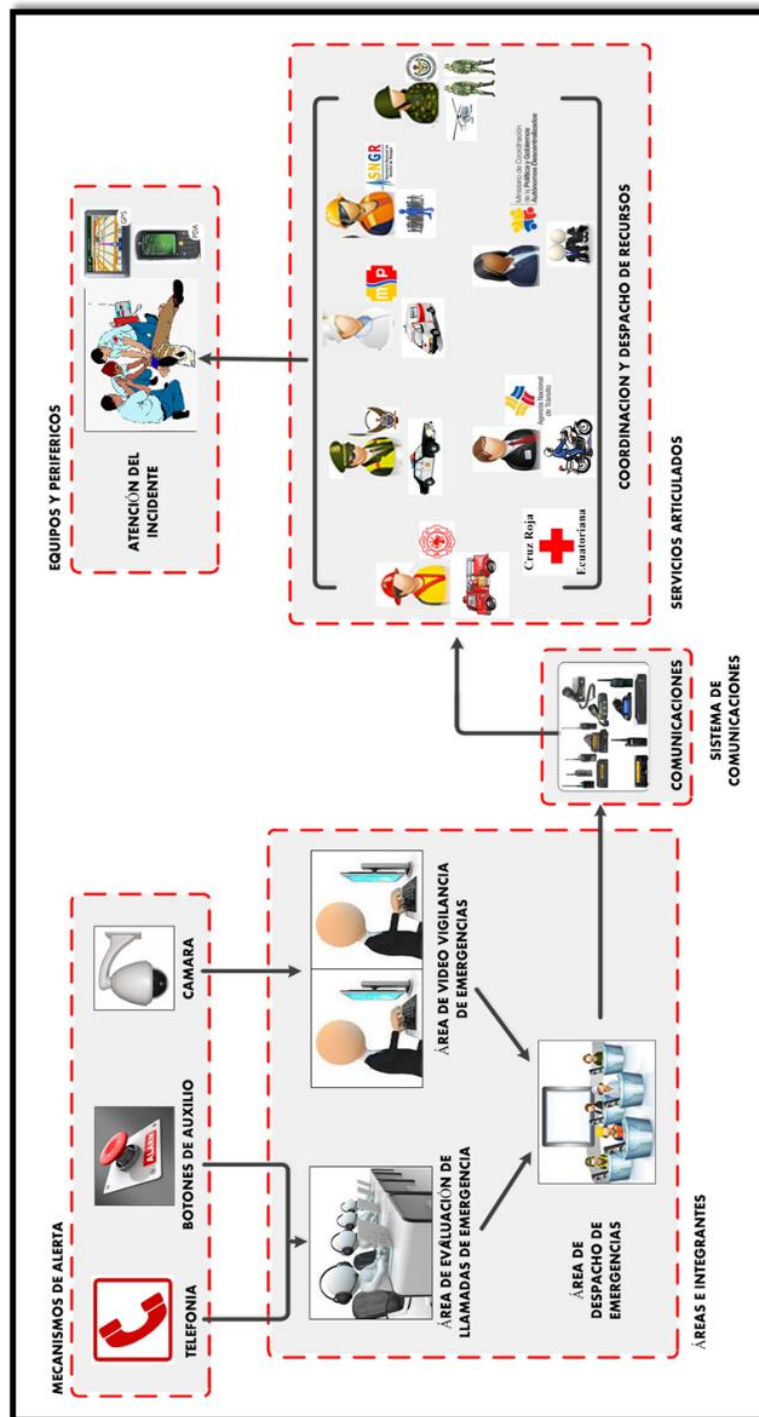
El proyecto se aplica en el Centro Zonal 3 que agrupa a las provincias de: Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua, para atender una población total de 1'114.822 personas.

El centro Zonal 3 tiene a su cargo un centro local que se encuentra ubicado en la Provincia de Chimborazo.

Según la Dirección de Comunicación Social del Ministerio Coordinador de Seguridad (2012): “Solo en el Centro Zonal ECU 911 Ambato para las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza, la cifra supera los 13 millones de dólares en infraestructura civil e implementación tecnológica...”

El trabajo desarrollado por el ECU 911, se basa en una moderna plataforma tecnológica de procedencia china, en la que se reciben llamadas telefónicas, alertas de video vigilancia, entre otros servicios. Esta plataforma tiene la capacidad de archivar imágenes y videos que pueden ser recuperados (tiempo de almacenaje de tres meses), información importante que sirve para investigaciones y procedimientos legales. El modelo de gestión aplicado actualmente a nivel nacional es el siguiente:

Ilustración 6. Modelo de gestión



Fuente: tomado de ECU 911 (2017)

El modelo de gestión del ECU 911, inicia con la llamada que realiza el ciudadano, también puede generarse a través del monitoreo de cámaras o por el accionar de una alarma.

Esta información llega a la sala de operaciones donde son atendidas por evaluadores, quienes generan fichas de atención con los datos más relevantes del evento y son enviadas a las diferentes instituciones de emergencia dependiendo del caso que se trata. Ellos a su vez despachan los recursos que se encuentran más cercanos al lugar de la emergencia y monitorean al personal hasta que llegue al lugar. En las fichas de registros se guardan tiempos y sobre todo las conversaciones para validar la gestión realizada. Una vez que atienden en el sitio, informan a la sala operativa sobre las novedades, las que son registradas en las fichas y se procede con el cierre.

Toda esta información alimenta una gran base de datos que contiene información del centro zonal 3, que permite levantar información estadística para el análisis y toma de decisiones para la mejora del servicio.

El trabajo que desarrolla el ECU 911 a nivel nacional, se centra en los siguientes principios que los aplica en todo su accionar:

Misión

Gestionar en todo el territorio ecuatoriano, la atención de las situaciones de emergencia de la ciudadanía, reportadas a través del número 911, y las que se generen por video vigilancia y monitoreo de alarmas, mediante el despacho de recursos de respuesta especializados pertenecientes a organismos públicos y privados articulados al servicio, con la finalidad de contribuir, de manera permanente, a la consecución y mantenimiento de la seguridad integral ciudadana.

Visión

Ser una institución nacional líder y modelo en la región para la coordinación de servicios de emergencia utilizando tecnología de punta en sistemas y telecomunicaciones, comprometidos con la calidad, seguridad, salud en el trabajo y el medio ambiente que permitan brindar un servicio único y permanente a la ciudadanía.

Valores corporativos

Los valores corporativos están ligados directamente con la cultura organizacional, sustenta el servicio que brinda la organización y son pautas importantes de comportamiento de los integrantes del sistema.

Productividad: Es el grado de utilización efectiva de cada elemento de producción, es sobre todo una actitud mental, es buscar la constante mejora de lo que ya existe, basado en la convicción de que uno pueda hacer mejor las cosas hoy que ayer. Requiere esfuerzos continuados para adaptar las actividades a las condiciones cambiantes y aplicar nuevas técnicas y métodos.

Responsabilidad: Ser responsable es llevar a cabo sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia. Es asumir consecuencias de nuestras acciones y decisiones; es tratar de que todos nuestros actos sean realizados de acuerdo con una noción de justicia y de cumplimiento del deber en todos los sentidos.

Trabajo en equipo: Es un valor, que permite direccionar a los servidores en consolidarse en un equipo de trabajo de alto rendimiento en donde cada integrante es pieza fundamental en la consecución de su desarrollo personal, profesional e institucional. (Ministerio Coordinador de Seguridad, 2015)

6.2 Antecedentes de la capacidad de respuesta del ECU 911 Zonal 3

Para atender las emergencias reportadas en el Centro Zonal ECU 911 Ambato, se cuenta con la siguiente capacidad instalada:

- 50 consolas
 - o 20 para el despacho de emergencias la utilizan las instituciones
 - o 15 para recepción de llamadas
 - o 15 destinadas a la video vigilancia
- 150 GPS (Sistema de Posicionamiento Global), 30 PDA (*Personal Digital Assistant*) son instrumentos de comunicación a través de códigos y 80 botones de auxilio para gremios y asociaciones organizados y capacitados.
- 311 cámaras de video vigilancia, distribuidas en las tres provincias, según el siguiente detalle:

Tabla 30. Cámaras de video vigilancia instaladas

	EQUIPOS TECNOLOGICOS	INSTALADOS AL 2016	TOTAL
TUNGURAHUA	CAMARAS DOMO	210	263
	MINISTERIO DE EDUCACION	25	
	CAMARAS FIJA	25	
	CAMARAS DOMO HUAWEI	0	
	TERMICA	1	
	LARGO ALCANCE	1	
	LECTORA DE PLACAS	1	
	BOTONES DE ALERTA	15	15
	PDA	5	5
	GPS	69	69
TOTAL		352	
COTOPAXI	EQUIPOS TECNOLOGICOS		
	CAMARAS DOMO SD	91	113
	MINISTERIO DE EDUCACION	12	
	CAMARAS FIJA	4	
	CAMARAS DOMO HUAWEI	4	
	TERMICA	1	
	LARGO ALCANCE	1	
	LECTORA DE PLACAS	0	
	BOTONES DE ALERTA	21	21
	PDA	8	8
GPS	11	11	
TOTAL		153	
PASTAZA	EQUIPOS TECNOLOGICOS		
	CAMARAS DOMO SD	13	18
	MINISTERIO DE EDUCACION	5	
	CAMARAS FIJA	0	
	CAMARAS DOMO HUAWEI	0	
	TERMICA	0	
	LARGO ALCANCE	0	
	LECTORA DE PLACAS	0	
	BOTONES DE ALERTA	4	4
	PDA	4	4
GPS	51	51	
TOTAL		77	
			582

Fuente: tomado de Departamento de Tecnología, Zonal 3 (2016)

Análisis de datos estadísticos

Con el objetivo de analizar la cantidad de emergencias atendidas por el ECU 911 Zonal 3, se presentan datos elaborados por el Departamento de Estadística durante el año 2016:

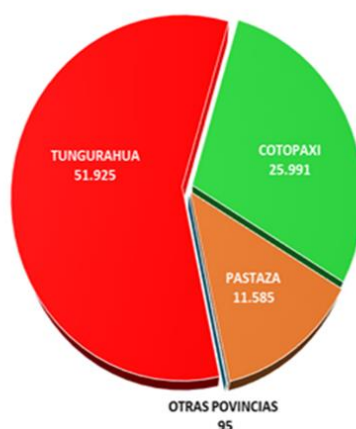
Tabla 31 Claves rojas por provincia y cantón atendidas 2016

ECU 911 ZONAL AMBATO		
Provincia/Cantón	Alerta	%
AMBATO	40938	78,84%
BAÑOS DE AGUA SANTA	2561	4,93%
CEVALLOS	622	1,20%
MOCHA	564	1,09%
PATATE	715	1,38%
QUERO	702	1,35%
SAN PEDRO DE PELILEO	3040	5,85%
SANTIAGO DE PILLARO	2054	3,96%
TISALEO	729	1,40%
TUNGURAHUA	51.925	57,95%
LA MANA	2373	9,13%
LATACUNGA	14180	54,56%
PANGUA	590	2,27%
PUJILI	3324	12,79%
SALCEDO	3260	12,54%
SAQUISILI	1072	4,12%
SIGCHOS	1192	4,59%
COTOPAXI	25.991	29,01%
ARAJUNO	272	2,35%
MERA	1954	16,87%
PASTAZA	9074	78,33%
SANTA CLARA	285	2,46%
PASTAZA	11.585	12,93%
OTRAS POVINCIAS	95	0,11%
TOTAL ZONAL	89.596	100%

Fuente: tomado de Departamento de Estadística, Zonal 3 (2016)

Se observa que en el año 2016 se recibieron 89.596 alertas en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza. Tungurahua es la provincia que recibe más alertas con 51.925 que representa el 57,95%, esta diferencia radica en la difusión amplia que ha tenido en servicio en la provincia, según el siguiente gráfico:

Gráfico 17. Claves rojas por provincias 2016



Fuente: tomado de Departamento de Estadística, Zonal 3 (2016)

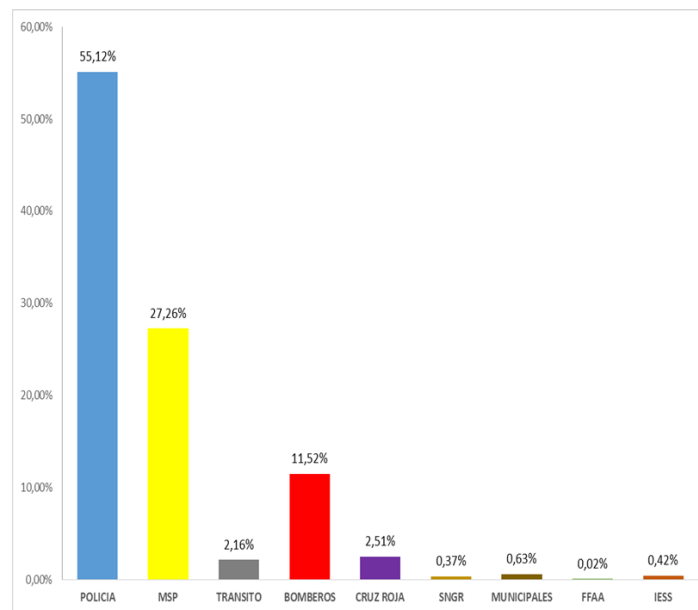
Tabla 32. Tabla de atención clave roja por instituciones

INSTITUCIONES	ECU 911 ZONAL AMBATO			TOTAL
	TUNGURAHUA	COTOPAXI	PASTAZA	
POLICIA	15.049	5.777	27.346	48.172
MSP	6.954	3.950	12.916	23.820
TRANSITO	4	1	1.884	1.889
BOMBEROS	3.196	1.603	5.265	10.064
CRUZ ROJA	503	204	1.487	2.194
SNGR	87	39	196	322
MUNICIPALES	77	44	427	548
FFAA	7	10	4	21
IESS	68	205	92	365
TOTAL	25.945	11.833	49.617	87.395

Fuente: tomado de Departamento de Estadística, Zonal 3 (2016)

Según este gráfico, la Policía Nacional es la institución que atiende la mayor cantidad de alertas, seguida del Ministerio de Salud Pública.

Gráfico 18. Instituciones de emergencia clave roja



Fuente: tomado de Departamento de Estadística, Zonal 3 (2016)

Según este gráfico, se ratifica que la Policía Nacional es la institución que atiende la mayor cantidad de emergencias con 55.12%.

Tabla 33. Incidentes captados por Video Vigilancia Clave Roja

INSTITUCIONES	ECU 911 ZONAL AMBATO			TOTAL
	TUNGURAHUA	COTOPAXI	PASTAZA	
Otros presencia policial	119	12	1	132
Personas sospechosas	99	4	1	104
Incendios	49	47	-	96
Presencia policial	68	12	-	80
Libadores	59	11	1	71
Vehiculos sospechosos	12	34	2	48
Riña	43	2	1	46
Consumo de drogas	36	-	-	36
Persona pidiendo auxilio	28	6	-	34
Forestal	19	6	-	25
TOTAL	532	134	6	672

Fuente: tomado de Departamento de Estadística, Zonal 3 (2016)

6.3 Justificación

El proyecto nace de la necesidad de describir un modelo que detalle paso a paso cada fase que se cumple en el ECU 911 para emitir información hacia los medios de comunicación.

En cada fase se describen las actividades y los responsables, puesto que no es únicamente la gestión de coordinación que realiza el ECU 911, sino también el contraste de información con las instituciones adscritas al servicio que son las que atienden en el sitio de la emergencia.

Si bien existe un protocolo de comunicación, éste menciona los aspectos de forma que deben ser controlados; no obstante, se ve la necesidad de integrar la información generada en los años de servicio que tiene el ECU a un modelo integral.

Esta propuesta se centra en el uso exclusivo de las redes sociales, pues se han convertido en la herramienta de comunicación más eficaz por varios beneficios detectados: rapidez en el envío de información, visualización de lectura de los datos enviados, se pueden adjuntar otro tipo de información (videos, audios, fotografías), publicación inmediata en redes sociales, entre tantas detectadas.

El SIS ECU 911 es considerado como fuente importante de información hacia la ciudadanía; no obstante, los medios de comunicación son los responsables de la difusión a un mayor número de habitantes.

6.4 Objetivos

Objetivo general:

Crear un modelo de comunicación para los medios a través del uso de las redes sociales para difundir información verificada hacia la ciudadanía.

Objetivos específicos:

- Definir el modelo propuesto enfocado al uso de redes sociales con los medios de comunicación.
- Describir el modelo en sus diferentes etapas.
- Desarrollar el protocolo de comunicación en base al modelo creado para el SIS ECU 911 Zonal 3.

6.5 Análisis de factibilidad

Para que este proyecto sea aplicable es importante analizar la factibilidad de su ejecución, en las áreas legal, administrativa y económica.

6.5.1 Factibilidad administrativa

Para el caso propuesto, la factibilidad administrativa corresponde a la implementación del modelo diseñado para la comunicación a través de las redes sociales. En la actualidad, el SIS ECU 911 cuenta con varias herramientas que facilitan la difusión como: Facebook, páginas web, Twitter, Instagram y excelente relación con los periodistas de los diferentes medios de prensa, radio y televisión.

El modelo presenta varias mejoras entre las cuales se considera la opinión de los ciudadanos para que emitan sus apreciaciones en cuanto al servicio recibido. Se implementa comunicación de doble vía.

6.5.2 Factibilidad legal

La comunicación se encuentra regulada por la Ley de Comunicación que se aplica tanto para medios como para instituciones públicas y privadas.

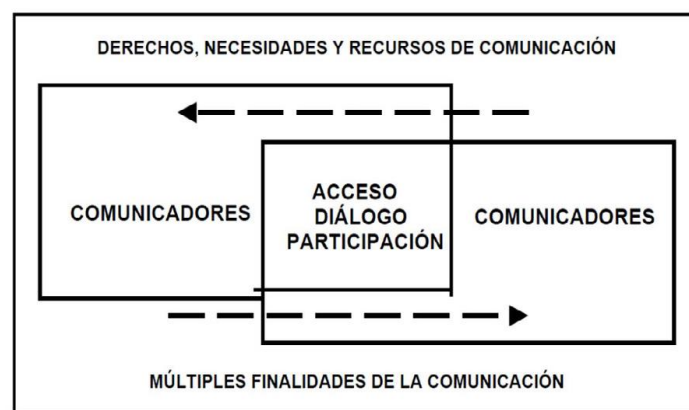
6.5.3 Factibilidad económica

La implementación del modelo no generará ningún costo adicional, de los que se aplican actualmente. La variante radica en la participación de la ciudadanía en la comunicación de la percepción del servicio.

6.6 Fundamentación

Luego de realizar el análisis de los modelos creados por varios autores, se escoge como base de la propuesta del modelo de Beltrán (2013), quien destaca la comunicación social en América Latina, buscando favorecer a la sociedad integrándole como parte importante del desarrollo de los pueblos:

Ilustración 7. Modelo comunicacional horizontal



Fuente: tomado de Beltrán (2013)

Este modelo se caracteriza por mantener diálogos participativos que favorecen el bienestar de la sociedad, mejorando el sistema social al involucrar directamente a la población. Este movimiento iniciaba en la década de los 60 y 70, donde muestra las interacciones entre las diversas partes del proceso comunicacional, enfocado a fortalecer la imagen pública.

Así mismo ya se buscan herramientas de comunicación para llegar a la población y permitir su involucramiento para levantar su voz. Este modelo es la base para futuros modelos de

comunicación que se crearon, sin embargo, éste destaca por incluir a los actores más importantes del sistema social.

También se considera el modelo de Maletzke, pues muestra gran interacción por parte de los interesados en participar en la comunicación, además se enfoca en posicionar o manejar adecuadamente la imagen pública de un organismo, situación que favorece la gestión del ECU 911 como institución de seguridad ciudadana.

Es importante destacar que el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 está al servicio de la ciudadanía desde hace seis años, tiempo en el cual ha tratado de posicionar su servicio como confiable, seguro y en favor de la ciudadanía.

Sin embargo, al ser un servicio relativamente nuevo por sus características ha requerido de esfuerzos mayores para agrupar en un solo espacio a todas las instituciones de atención de emergencia, coordinar las actividades internas y externas, proveer recursos tanto de personal como de equipos para la atención en sitio, ampliación de redes de comunicación a lo largo de todo el territorio ecuatoriano, entre otros aspectos importantes. Todo este esfuerzo ha estado encaminado a brindar un servicio de emergencia hacia la ciudadanía con calidad y confiabilidad, a través de la coordinación del SIS ECU 911.

Una de las estrategias definidas cuando se creó el ECU 911 fue la implementación de una comunicación estructurada hacia la ciudadanía con la colaboración desinteresada de los medios de comunicación, sobre las actividades realizadas para fortalecer el servicio que brinda el ECU 911; sin embargo, han existido dificultades que se las ha gestionado en su momento. Uno de los aliados estratégicos para cumplir con este objetivo son los medios de comunicación, su compromiso con la ciudadanía es loable para mantenerlos informados sobre las emergencias suscitadas. La gestión realizada con cada uno de estos importantes integrantes del servicio ha sido paulatina y beneficiosa para la población, ya que a través de su participación se logra la difusión masiva de eventos hacia la ciudadanía.

Otro de los factores que han sido aprovechados es la tecnología de la información que al momento se encuentra en auge, pues a través de las redes sociales la información llega inmediatamente a los interesados.

Para la generación del modelo comunicacional propuesto para el SIS ECU 911, también se consideró el ciclo de PHVA (planificar, hacer, verificar, actuar), conocido como el ciclo de Deming que es una herramienta base de actividades de control de calidad. Este es un instrumento importante para la administración de los procesos, en el mantenimiento y mejoramiento continuo de su desempeño y por consecuencia de los resultados del área implementada. Permite identificar el área de intervención con sencillos, pero estructurados pasos a gestionarse para medir la eficacia de las acciones a través de indicadores y tomar acciones correctivas sobre aquellas que no se cumplieron.

Ilustración 8. Ciclo PHVA de Deming



Fuente: tomado de Gestipolis (2005)

Planificar: En esta etapa es necesario definir las políticas, que deben estar relacionadas con las necesidades y expectativas de los clientes (población) y de las otras partes interesadas (instituciones articuladas). Las políticas son el marco para el establecimiento de los objetivos y las metas, que a su vez obligan al desarrollo de estrategias, programas y métodos de trabajo.

Hacer: En esta etapa la comunicación es vital a todos los involucrados para la ejecución coordinada de actividades, conjuntamente con el registro de datos. Comunicación de: políticas, objetivos, metas, estrategias, programas y métodos de trabajo.

Verificar: Comparar los avances, las tendencias y los resultados obtenidos con relación a lo proyectado, en base a los indicadores establecidos.

Actuar: En relación a los resultados, tomar decisiones que favorezcan el cumplimiento de los objetivos y metas establecidas.

Tabla 34. Descripción del proceso PHVA para definir modelo comunicacional

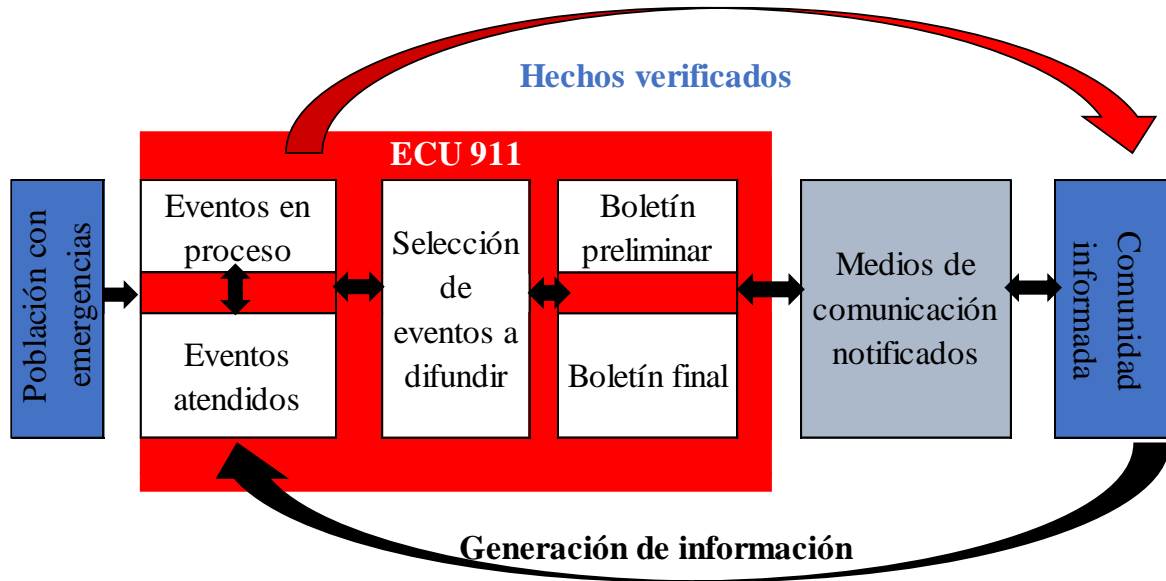
Planificar	<p>Área: Departamento de Comunicación</p> <p>Objetivo: Establecer un método de comunicación con los medios encargados de difundir las noticias que se generan por la atención de emergencias hacia la ciudadanía, a través del uso de las redes sociales.</p> <p>Meta: Lograr que los medios de comunicación difundan noticias verificadas de una fuente oficial como es el ECU 911.</p> <p>Políticas: Relacionadas con normativa sobre el uso de redes sociales a los medios de comunicación y a la ciudadanía con quienes interactúan.</p> <p>Normativa legal que ampare el accionar del ECU 911.</p> <p>Estrategia: Generación de un modelo de comunicación</p>
Hacer	<p>Actividades: Definir las actividades y responsabilidades dentro del modelo de gestión del ECU 911 e instituciones articuladas para notificar adecuadamente hechos acontecidos durante la atención de emergencias, dentro de los parámetros establecidos para la difusión a través de los medios de comunicación.</p> <p>Establecer las redes sociales que se utilizan.</p>
Verificar	<p>Monitorear la publicación de boletines informativos en los medios de comunicación. Revisión de indicadores establecidos.</p>
Actuar	<p>Tomar acciones en relación a los resultados obtenidos para mejorar la comunicación en redes sociales.</p>

Fuente: elaboración propia

6.7 Metodología del modelo comunicacional propuesto

En base al ciclo de Deming y siguiendo los parámetros de la comunicación horizontal, se propone el siguiente modelo comunicacional para el SIS ECU 911:

Ilustración 9. Modelo comunicacional propuesto para el ECU 911



Fuente: elaboración propia

El modelo se lo divide en dos grandes áreas, las mismas que se encuentran divididas en cuatro etapas:

Tabla 35. Descripción del modelo

<p>a. Gestión al interior del ECU 911</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etapa 1, 2, 3 • Eventos en proceso como los eventos atendidos deben ser verificados. • Los eventos que se difunden deben ser seleccionados. • Emisión de boletines. 	
<p>b. Información a medios de comunicación y difusión a la ciudadanía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etapa 4 	

c. Entrada de proceso	<div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">Población con emergencias</div>
d. Salida del proceso	<div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">Comunidad informada</div>

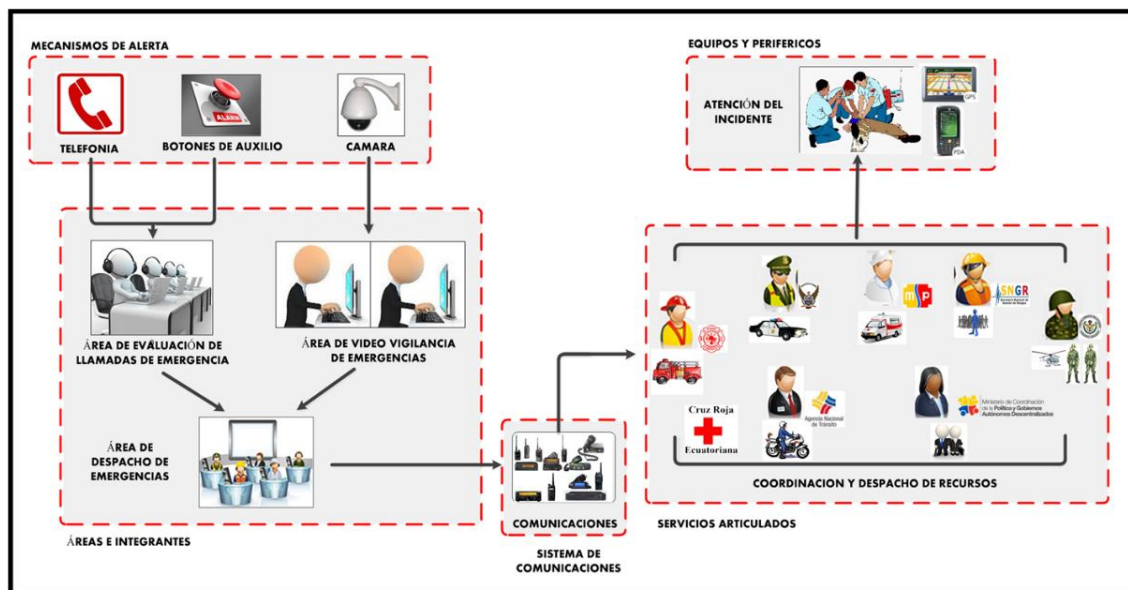
Fuente: elaboración propia

A continuación se describen cada una de las etapas:

6.7.1 Etapa 1: Eventos en proceso y eventos atendidos

Esta etapa corresponde a la atención de la emergencia por parte del personal de operaciones del SIS ECU 911. En este punto los eventos pueden estar en proceso o haber concluido para la emisión de información, de acuerdo al modelo de gestión planteado por el ECU 911.

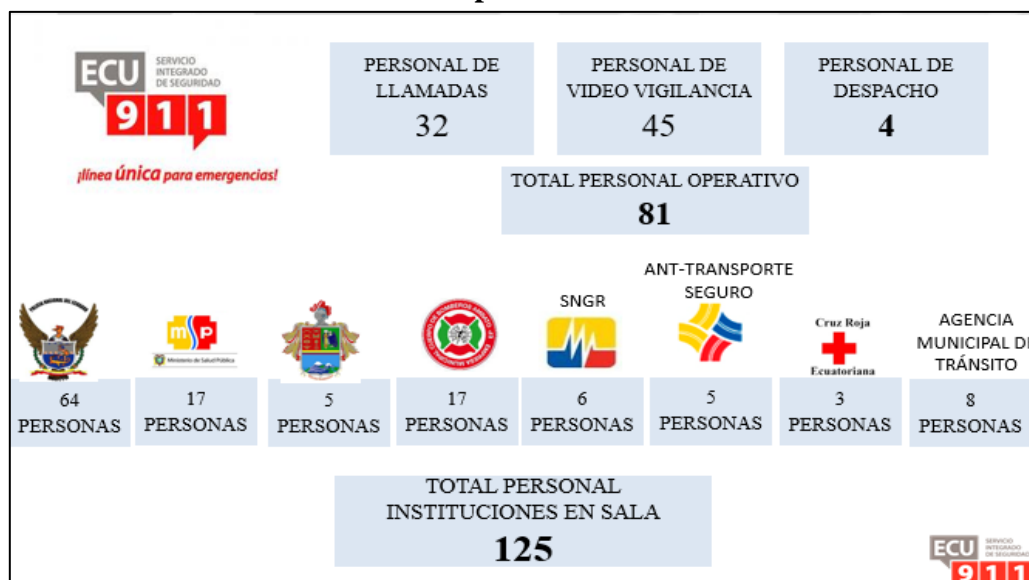
Ilustración 10. Modelo de gestión ECU 911



Fuente: tomado del ECU 911 (2016)

Es importante destacar el recurso humano operativo con el que cuenta el ECU 911 para coordinar las emergencias, así también se describen los equipos de las diferentes instituciones adscritas al servicio integrado que atienden en sitio las emergencias. A continuación se describe el personal que se encuentra en la sala operativa:

Ilustración 11. Personal Operativo del SIS ECU 911 Zonal 3



Fuente: tomado del ECU 911 (2016)

Esta primera etapa corresponde a la atención que brinda el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, Zonal 3 conjuntamente con las instituciones adscritas al servicio.

Para la atención oportuna de las emergencias, éstas han sido clasificadas por claves de acuerdo al establecimiento de colores, según el Protocolo Gestión de la Atención de Situaciones de Emergencia ECU 911 (2017):

Niveles de alerta: Niveles de prioridad de atención establecidos para clasificar las alertas en función de su complejidad los cuales se detallan a continuación:

-Nivel 1 (Clave Roja): Es todo tipo de situación en la cual existe un riesgo inminente y/o afectación al ciudadano o a la industria pudiendo desembocar en cambios permanentes en los núcleos sociales, las organizaciones, en los ecosistemas, en el medio ambiente, por lo tanto, precisa una atención inmediata. Los Incidentes clasificados por el Evaluador de llamadas como emergencia Clave Roja serán gestionados sin retraso por los evaluadores de despacho, activando de forma inmediata el recurso más adecuado del SIS ECU 911.

-Nivel 2 (Clave Naranja): Es todo tipo de situación sin amenaza y/o afectación al ciudadano o a la industria y que por lo tanto no desembocan en cambios permanentes en los núcleos sociales, las organizaciones, en los ecosistemas, en el medio ambiente, en consecuencia, precisa una atención a la mayor brevedad posible. Los Incidentes clasificados por el Evaluador de llamadas como emergencia Clave Naranja serán gestionados por el evaluador de Despacho a la mayor brevedad posible, siempre y cuando ya se haya realizado el despacho de recursos para clave roja.

-Nivel 3 (Clave Amarilla): Es todo tipo de situación en la cual existe una urgencia relativa de prioridad menor y que por lo tanto no requiere de atención inmediata.

Estos eventos podrían ser atendidos una vez que se atiendan las prioridades anteriores (roja y naranja).

-Nivel 4 (Clave Verde): Es todo tipo de situación que no presentan urgencia relativa, pero sin embargo precisan de algún recurso para dar solución al incidente presentado, serán atendidas una vez que se atiendan las prioridades anteriores o pueden ser resueltas vía telefónica o en forma remota.

La política del ECU 911 es la atención a las claves rojas como prioridad. La descripción del glosario se encuentra en el Anexo 3.

6.7.2 Etapa 2: Selección de eventos a difundir

En el proceso comunicacional, el Director del Departamento de Comunicación es el responsable de la publicación de la información oportuna y comprobada, la cual se obtendrá y procesará de la siguiente manera, según consta en los perfiles de cargos definidos para cada área, según ECU 911 (2016):

Políticas del Departamento de Operaciones

- a) Los Supervisores de Despacho deben reportar los incidentes o emergencias más relevantes de forma inmediata. Además deben enviar un informe cada dos horas de los incidentes o emergencias más relevantes sucedidos durante su turno. El reporte debe ser enviado vía WhatsApp y correo electrónico institucional al Director Zonal de Comunicación o al Jefe Local de Comunicación.
- b) Es importante el criterio y precisión del Supervisor al momento de llenar el reporte, ya que la información que se envíe servirá de materia prima para el comunicador.
- c) En caso de una alerta de proporciones, cuando se vea involucrado un personaje público o cuando medios de comunicación se encuentren en el lugar de la emergencia, el supervisor deberá llamar al comunicador de forma inmediata a cualquier hora.
- d) El envío del reporte y llamadas telefónicas se realizará las 24 horas del día, los 7 días de la semana.
- e) El Supervisor tiene la obligación y responsabilidad de enviar información real y correcta y de prestar toda la colaboración al comunicador.

Responsabilidad del Comunicador

- a) El comunicador deberá tener presente que la matriz de comunicación contiene información preliminar recibida mediante una alerta ciudadana que no siempre es exacta.
- b) El comunicador tiene la obligación de mantenerse siempre alerta a los mensajes de correo, WhatsApp y llamadas telefónicas.
- c) Al recibir esta información el comunicador deberá llamar al supervisor de despacho, supervisor de llamadas o supervisor de video vigilancia, en caso de que lo requiera, para actualizar información o recibir más datos.
- d) El comunicador debe tener una base datos en donde conste números fijos, celulares y correos electrónicos de los coordinadores de las instituciones articuladas al SIS ECU 911, jefes de sala de cada institución y comunicadores de las mismas.
- e) El comunicador deberá estar en contacto con los responsables de cada institución en su centro para que, en caso de requerir confirmación de datos, actualización o apoyo de información, sean los coordinadores de cada institución dentro del ECU911, los que aporten con esta necesidad.
- f) Si la emergencia tiene implicaciones graves, el comunicador avisará inmediatamente la información preliminar sin esperar a la retroalimentación de las instituciones a las siguientes personas:

Subdirector Técnico / Jefe Operativo Local Director de Comunicación o Delegado, quién a su vez comunicará al Director General en caso de que amerite.

- g) En caso de que la emergencia sea relevante pero no traiga implicaciones graves, el comunicador esperará a la comprobación de la información para informar a las personas antes mencionadas.
- h) El comunicador solamente podrá publicar información a la ciudadanía o periodistas, por redes o cualquier otro medio, cuando el suceso haya sido comprobado y se tenga certeza de los datos a comunicar.
- i) El comunicador deberá compartir información importante continuamente tanto al Subdirector Técnico como al Director de Comunicación.
- j) No se publicarán fotografías que afecten a la susceptibilidad del público o que violen su privacidad.
- k) No se utilizará la palabra despacho y no se utilizará las palabras:

“ECU911 atiende, rescata, busca, aprende, captura” o cualquier otro término que refleje acción en territorio. Es importante recordar que el SIS ECU911 coordina la atención, más no atiende la emergencia.

Criterios para selección de temas

Se dará prioridad de los sucesos de interés público, que puedan afectar la cotidianidad de la ciudadanía como: cierre de vías, caída de puentes, suspensión de semáforos o fluido eléctrico, inundaciones, sismos y situaciones que puedan afectar a la población. Esto permite alertar a las personas afectadas para que tomen acciones. Los accidentes de cualquier tipo serán tomados en cuenta dependiendo de su magnitud y número importante de víctimas. El criterio del comunicador es vital para analizar qué información debe ser publicado.

Los vídeos y audios que reflejen la capacidad de respuesta del SIS ECU 911 deben ser considerados de manera trascendental, pues reflejan el servicio que presta a la ciudadanía, por ello, será importante que se los pueda difundir de manera oportuna y utilizando todos los canales de comunicación. Este aspecto siempre deberá estar alineado a las normativas establecidas en el Código Orgánico Integral Penal.

No se deberá publicar agresiones a personas en situaciones de riesgo, para no afectar su integridad. Si es necesario difundir un evento que afecte a niños se debe evitar el uso de fotografías y cuidar la identidad de los involucrados.

No se deberá publicar información referente a levantamientos de cadáveres, ni publicar fotografías referentes a estos hechos. En caso de suicidios no se deberá publicar esta información ya que afecta a la privacidad y familiares de las personas.

En temas relacionados a desastres naturales o incendios, se elegirá el suceso de mayor magnitud y que pueda poner en peligro vidas humanas, estructuras o lugares de importancia.

De igual manera, cuando se registren sismos o eventos naturales, únicamente se dará a conocer si es que técnicamente representan una amenaza para la ciudadanía, esta evaluación se la realizará conjuntamente con las instituciones encargadas de monitorear, prevenir o

manejar estas eventualidades. Estas acciones se deben realizar siempre procurando evitar la alarma entre la ciudadanía y buscando la calma entre la población.

Se podrán publicar estadísticas siempre que vayan enfocadas a las acciones tomadas por el SIS ECU911 y sus organismos integrados y no busquen alarmar a la población. Mismas que deberán ser proporcionadas por las unidades de estadísticas de los Centros ECU 911 y además revisadas y autorizadas para su difusión, por las autoridades respectivas.

Se dará prioridad diaria a la información vial y situación de las ciudades que cubra el Centro ECU 911.

Los acontecimientos que tengan relación con hechos coyunturales políticos y sociales de gran envergadura, deberán ser evaluados por la Dirección Nacional de Comunicación previo a su difusión.

En el caso de que se presenten marchas u otro tipo de manifestaciones públicas, únicamente se resaltaré el aporte de video vigilancia generado desde el Servicio Integrado de Seguridad, sin detallar actores, organizadores o nombres que identifiquen las mismas. Se informará el estado de vías involucradas y sus posibles rutas alternas para evitar congestionamiento vehicular. Las fotografías del monitoreo de las marchas deberán mostrar planos generales de las mismas siempre y cuando no se observe identificativos políticos.

SELECCIÓN DE TEMAS DESDE LA POBLACIÓN

Una de las mejoras propuestas es abrir espacios para que las personas que no pertenecen al ECU tengan la oportunidad de aportar sobre el servicio recibido de parte del ECU 911 y de las instituciones que acudieron a su llamado de emergencia.

Se recomienda tomar contacto con la población, a través de los medios más reconocidos, incluso de la encuesta de satisfacción que se aplica a los alertantes, para recibir los comentarios y seleccionar el tema más interesante para realizar una entrevista y generar la nota informativa desde la perspectiva del ciudadano, acompañada de un video y publicar en medios.

La población puede evidenciar desde el ciudadano, el tipo de atención brindada.

Información de los temas

En todos los casos la información a publicar deberá enfocarse al trabajo realizado por el SIS ECU911 tanto en Centro como por las instituciones de socorro en el lugar del suceso. La publicación debe contener lo siguiente:

- La atención que las víctimas o el suceso recibe.
- Siempre se deberá mencionar el contingente con el que cuenta el SIS ECU911 para enfrentar un suceso similar al de la alerta poniendo especial atención en las bondades del SIS ECU 911.

Contextualización de la información a través de uso de estadísticas y testimoniales.

6.7.3 Etapa 3. Boletín preliminar y final

Fuentes de información

La fuente principal que tiene el comunicador/a es el Departamento de Operaciones. Los datos utilizados para generar información deberán ser extraídos de la ficha que generan los evaluadores de emergencia los audios de las llamadas o los videos de las cámaras de seguridad. Si la información involucra a otra institución, ya sea independiente o integrada, el comunicador/a deberá comunicarse con la fuente y comprobar los datos.

En casos de coyuntura o que la información tenga otros alcances, sociales, políticos y de trascendencia para la ciudad de origen de la información, de la provincia o del país, la misma deberá salir con la autorización de la máxima autoridad del Centro Operativo ECU 911 y coordinado con la Dirección Nacional de Comunicación.

Si se hace referencia a empresas privadas que han sido afectadas por robo por ejemplo, no se deberá mencionar el nombre de la misma y solo poner los datos genéricos. Ejemplo: Una intoxicación masiva se produjo en una empresa ubicada en el norte de Guayaquil. Atendió: Ministerio de Salud.

Criterios para informar

Las publicaciones requieren de un distanciamiento emocional y compromiso con las víctimas.

Tanto en video, textos como en imágenes se guardará estricta reserva a la identidad de las personas. Los datos de personas fallecidas NO serán publicados.

Todas las publicaciones que genere el SIS ECU911 tendrán como principio el respeto al dolor y evitarán completamente un lenguaje impropio o comentarios que puedan sugerir un juzgamiento.

Las fotos y videos que se publican son para evidenciar el trabajo del SIS ECU911 y las instituciones integradas, más no de las víctimas. Toda la información debe ser exacta y comprobada, es importante que se contraste con las instituciones involucradas.

Se sugiere que las tomas en caso de video o fotografías sean siempre abiertas y no cerradas para evitar caer en el sensacionalismo.

Una vez que se han definido los aspectos generales para la difusión de la información, se describe las características de los boletines:

Boletines

En un lapso máximo de treinta minutos posterior a la recepción de la alerta, el comunicador del ECU 911, deberá recopilar datos para escribir correctamente un primer boletín que será enviado al Periodista Nacional y al Director Nacional de Comunicación.

Este boletín deberá tener información comprobada y buena escritura, sintaxis, lógica y ortografía. Si un boletín no está escrito bajo estos parámetros, será devuelto al comunicador para su revisión y cambios. Si al ser enviado a la Dirección Nacional no cumple nuevamente con estos requisitos, el boletín no podrá ser difundido hasta que el comunicador lo envíe redactado de forma adecuada, siendo sujeto de las sanciones correspondientes.

Bajo aprobación de la Dirección Nacional de Comunicación este boletín será difundido en medios y redes sociales inmediatamente. El comunicador deberá actualizar el boletín cuantas veces sea necesario y enviarlo a las personas antes mencionadas hasta que la emergencia se cierre por completo.

En el boletín final de cierre de evento se puede mencionar cifras de heridos y fallecidos, esta información debe ser comprobada y entregada por las instituciones competentes citando la fuente de la misma. No se esperará en ningún caso que la emergencia se haya terminado para hacer boletín o publicar en redes.

El boletín se publicará en Twitter y Facebook con un link que conduzca al usuario hacia el sitio web oficial. Se realiza una mejora al formato establecido:

Ilustración 12. Formato de boletín propuesto

ECU SERVICIO INTEGRADO DE SEGURIDAD
911

Enumeración de Boletín según el Centro

TÍTULO Dos líneas de texto como máximo en minúscula Arial 12. Se debe procurar citar siempre al ECU 911 y el Centro donde se realizó la gestión. La información en este espacio no debe repetirse en el lead.

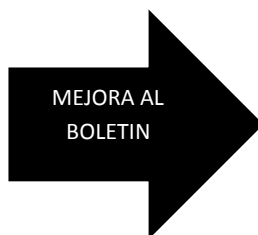
BOLETÍN SIS-ECU-911 QUITO (Arial 10)
Lugar, xx de xxxx de 2014

Título (Arial 12)
Subtítulo (Arial 11)

Se puede adicionar un subtítulo corto

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala nacional. En su intervención, el funcionario indicó que el ECU 911 Babahoyo será inaugurado el próximo mes y atenderá emergencias de las provincias de Los Ríos y Bolívar, beneficiando a más de 900.000 ciudadanos.

LEAD debe iniciar con dato duro, lugar preciso y fecha del suceso e instituciones articuladas que participaron. Recaltar accionar del ECU 911, el texto debe tener tamaño de fuente 11 en letras tipo Arial.



Tomar contacto con la ciudadanía para que emita un comentario de: ¿cómo fue la atención?, ¿en qué tiempo llegaron?, ¿cómo califica el servicio del ECU y de las instituciones?, entre otros.

Difundir la percepción que tiene la ciudadanía del servicio, abriendo un espacio importante de retroalimentación.

¡línea única para emergencias!

911

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala nacional.

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala nacional.

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala nacional.

Dirección de Comunicación Social ECU 911 Quito
Teléfono Fijo: 3 80 08 53
Celular: 0999999999
E-mail: comunicacionecu911@gmail.com
Sigamos en nuestras redes sociales
Twitter local: @ECU911Quito

Información adicional

Desenlace de la situación: los recursos permanecen en el sitio, la emergencia fue superada, se espera más información, etc.

Mensaje sobre los esfuerzos permanentes del ECU 911 local o nacional en este tipo de gestión en emergencias.

Síguenos en: @ECU911 @ECU911 @ECU911 ECU911ES

Mayor información www.ecu911.gob.ec

Fuente: adaptado de ECU 911 (2016)

BOLETÍN SIS ECU 911 AMBATO

Fecha: XXXXXXXXX

ECU 911 Ambato coordinó con Bomberos para rescatar a dos ciudadanos que rodaron una montaña

Karla Andrade de 25 años de edad oriunda de la ciudad de Ambato, realizó una llamada a la línea única para emergencias 9-1-1; pasadas las 13:33 del domingo 27 de mayo, alertó que ella y su acompañante mientras caminaban por una peña sufrieron una caída, la ciudadana dio como deferencia el Puente Curvo de la Viñas en la ciudad de Ambato, en la provincia de Tungurahua, sin tener claro el lugar en el que se encontraban, solicitó la respectiva ayuda al Centro Zonal 3 ECU 911.

El ECU 911 coordinó con personal del Cuerpo de Bomberos en sala para localizar a las dos personas que necesitaban ser rescatadas; se tomó contacto con la alterante quien entregó un número de teléfono de un familiar que conocía la ruta que los ciudadanos emprenderían.

Desde el ECU 911 se realizó una llamada tripartita, entre el Bombero que se encontraba en la sala de operaciones, el familiar de uno de los afectados y el jefe al mando de ocho efectivos del Cuerpo Bomberos Ambato para asistir la emergencia; esta llamada permitió ubicar a las personas que rodaron aproximadamente 30 metros la montaña, quienes quedaron entre los matorrales heridas.

Personal del Cuerpo de Bomberos que asistió al sitio del incidente, constató que efectivamente dos ciudadanos necesitaban ayuda, las labores de acción duró varias horas para rescatar a los jóvenes con vida y brindarles los primeros auxilios, para posterior trasladarlos hasta una casa de salud en donde recibieron la atención médica necesaria, frente a que uno de ellos presentó una fractura en una de sus extremidades.

Carlos uno de los rescatados, con gran alegría dijo "Por un instante pensé que no saldríamos vivos de aquí" y al ver la presencia de nuestros amigos Bomberos sentí que todo cambió. Hoy más que nunca sé que una llamada al 9-1-1 es efectiva finalizó.

El Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 de esta manera en coordinación con Cuerpo de Bomberos Ambato salvó la vida de dos personas, garantizando así una respuesta efectiva ante un llamado de

Síguenos en:



Conozca más

de nuestra gestión en:

www.ecu911.gob.ec

Fuente: adaptado de ECU 911 (2016)

6.7.4 Etapa 4: Medios de comunicación notificados

Continuidad de la información

Frente a sucesos de interés público y atención mediática el comunicador deberá publicar esta información en las cuentas locales, zonales y nacionales de redes sociales de manera inmediata, posterior a la verificación de los datos proporcionados por el departamento de operaciones o por las instituciones integradas involucradas en el evento. Esta verificación deberá ser inmediata para no perder la oportunidad de la difusión. Se debe mantener el equilibrio entre Primicia – Verificación – Criterio.

Posteriormente se deberá redactar un boletín con las consideraciones antes expuestas y sujetarlo a la aprobación del jefe/a del departamento al cual pertenece, el Subdirector Técnico Zonal y Jefe Operativo Local de los Centros ECU 911. Este material será subido al sitio web lo antes posible, se publicará, tanto en las cuentas locales, zonales y nacionales, de redes sociales, y enviado a los medios de comunicación. Adicional a este envío el comunicador de cada centro zonal y local tendrá la responsabilidad de tomar contacto telefónico con los periodistas de los medios zonales, locales y nacionales para asegurar que las notas que reflejen el accionar del Servicio Integrado de Seguridad sean publicadas oportunamente. Además se debe realizar un seguimiento (monitoreo) de las publicaciones generadas.

El comunicador publicará diariamente en redes sociales la situación climática y estado del tráfico desde las 06:30. Esta información deberá ser puntual para que sea significativa a la población.

En el día, se publicará de forma permanente en las redes mensajes que apelen a la concientización y buen uso del servicio del ECU 911. El Departamento de comunicación emite información a los comunicadores por diversa vías y si el evento es relevante se genera un boletín a cualquier hora del día, sin embargo se debe generar material periodístico investigativo de temas importantes respecto al aporte del SIS ECU 911 a la ciudadanía.

Edición y aprobación de textos, audios y videos

Todos los textos, audios o videos deberán ser revisados por el autor tanto en contenido como en forma y ser enviados al Director de Comunicación para su respectiva aprobación antes de la publicación. Cualquier error será asumido tanto por el autor de la nota informativa como por quien lo apruebe en el ECU 911. Cada uno de los mensajes será respondido en corto tiempo y sobre todo brindarán soluciones.

Se hará un "retweet" únicamente de instituciones oficiales y tras comprobar que la información que se "retweeteará" es cierta y que se alinee al servicio de atención de emergencias o en el ámbito de seguridad integral.

Estilo y forma en las redes sociales

Medios digitales

- a) Está prohibido participar en una discusión con cualquier persona que emita un comentario en el espacio digital.
- b) No se podrán publicar nombres sin previa autorización de la persona encargada de comunicación a nivel nacional.
- c) No se debe sincronizar la cuenta oficial de la institución con ninguna aplicación, cuenta de twitter personal, o cualquier juego o programa que pueda publicar contenido automáticamente, esto con el fin de evitar confusiones y publicación indeseables.
- d) No se podrá publicar opiniones personales.
- e) No se escribirá con letras mayúsculas.
- f) No se cambiará el avatar de la cuenta sin autorización de la autoridad pertinente.

Twitter

Se escribirán mensajes de, máximo, 140 caracteres para permitir que la ciudadanía realice un "retweet" sin que este aparezca cortado. El flujo de información será constante y en tiempo real. Cada "tweet" tendrá lógica y sentido por si solo para su comprensión. El comunicador deberá utilizar "hashtags" y menciones que permitan viralizar la publicación. Es necesario que se haga uso del "Manual de Convivencia y Respeto 2.0", el mismo que se encuentra en el sitio web oficial del SIS ECU 911.

Deberá procurar ser el primero en publicar temas de su competencia. El comunicador debe buscar elementos que signifiquen un valor diferenciador dentro de los cientos de "tweets" que se publican a cada segundo.

La publicación de fotos y videos se hará con el pleno conocimiento de que al momento de enviar por Twitter, estas pasan a ser públicas y por tanto requieren de prudencia, precaución y respeto. Todo el material publicado se deberá acoger a la normativa vigente.

Las alertas enviadas por twitter deben mencionar a quienes atienden la emergencia en territorio utilizando menciones apropiadas. Por ejemplo: @BomberosQuito y @CruzRojaEcuador atienden accidente de tránsito en #Tumbaco. #ECU911 coordina emergencia.

Ilustración 14. Twitter emergencia



Fuente: tomado de ECU 911 (2017)

En Twitter existe retroalimentación y el tiempo de respuesta ante un requerimiento ciudadano deberá ser de 0 a 20 minutos en emergencias de baja y mediana intensidad. La activación de las cuentas a nivel nacional será a las 06:00 y de cierre será a las 22:00.

Facebook

El SIS ECU 911 utilizará un solo sitio oficial en el que todos los centros colgarán su información. Las publicaciones deberán priorizar material audiovisual y llamativo. Las

galerías de fotos estarán correctamente identificadas y contendrán una explicación breve sobre la importancia del tema que se publica en las fotos. Con información concreta y formatos creativos se puede viralizar las buenas prácticas de servicio de la institución, los resultados en favor de la población, eventos y esfuerzos.

Ilustración 15. Publicación Facebook



Fuente: tomado de ECU 911 (2017)

Propuesta

A través de Facebook, actualmente se presenta información de una sola vía, como mejora a esta herramienta de comunicación, se recomienda implementar comunicación de doble vía, donde se publique información en la que la ciudadanía tenga la oportunidad de compartir su participación y experiencias del evento atendido.

Instagram

El SIS ECU 911 utilizará un solo sitio oficial para emisión de su información. Las publicaciones deberán priorizar material audiovisual y llamativo. Los medios gráficos estarán correctamente identificados y contendrán una explicación breve sobre la importancia del tema que se publica para ser socializados. Con información concreta y formatos creativos se puede viralizar las acciones más representativas de la institución, sus resultados, eventos y esfuerzos.

Propuesta

WhatsApp

Una de las herramientas de comunicación más utilizadas entre los periodistas y comunicadores de los diferentes medios es WhatsApp. Los diferentes chats creados permiten mantener fluidez en la información que se genera.

En el diagnóstico aplicado, se evidencia que los encuestados requieren información más detallada del evento, situación que va a ser considerada.

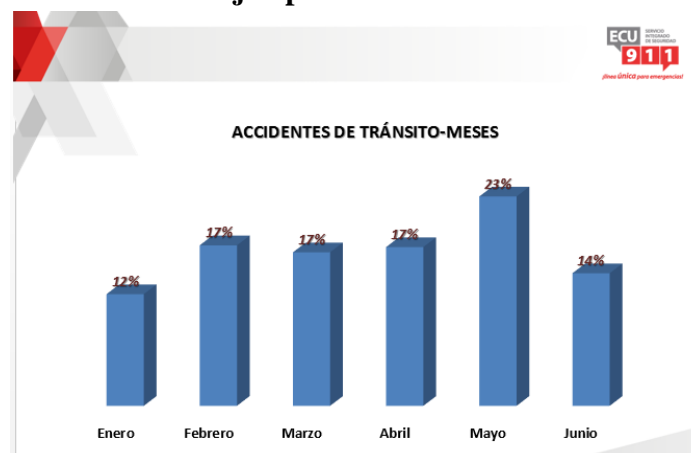
Se ha visto la necesidad de generar información estadística específica por cada uno de los cantones que se visitan para realizar convenios de participación con el SIS ECU 911. Para el caso se propone, enviar información estadística previa a la fecha de visita para que los comunicadores dispongan de datos reales y éstos sean analizados en la reunión conjuntamente con autoridades y población. Se propone proveer la siguiente información:

Ilustración 16. Ejemplo accidentes de tránsito-Cotopaxi



Fuente: adaptado de ECU 911 (2017)

Ilustración 17. Ejemplo accidente de tránsito-meses



Fuente: adaptado de ECU 911 (2017)

Ilustración 18. Ejemplo accidente de tránsito-horario



Fuente: adaptado de ECU 911 (2017)

Ilustración 19. Ejemplo accidente de tránsito-recursos despachados



Fuente: adaptado de ECU 911 (2017)

El SIS ECU 911 pretende con esta mejora, motivar la participación de los comunicadores en el análisis de temas relacionados con la comunidad.

6.7.5 Consideraciones generales de las redes sociales

- Se debe procurar que en todos los mensajes utilicen el hashtag #ECU911.
- La cuenta nacional @ECU911_ replicará los "tweets" de las cuentas locales que se considere de relevancia nacional, mientras que las cuentas locales replicarán todo lo competente a información de interés nacional publicado en la cuenta @ECU911_.
- Todos los "tweets" deben publicarse sin faltas de ortografía, con palabras completas y sin uso de letras auxiliares.

- d) Se permite publicar mensajes en varios "tweets" bajo el siguiente formato: 1/3, 2/3, 3/3. A fin de no confundir a los usuarios el primer "tweets" debe ser introductorio al tema del que se hablará en los próximos mensajes.
- e) Se permitirá como máximo 3/3 cuando la información sea de extrema relevancia y se necesiten las tres publicaciones para su comprensión.
- f) Para que la información sea publicada debe ser confirmada con las instituciones correspondientes.
- g) Siempre que sea posible se utilizará el hashtag alusivo a la ciudad #Quito, #Guayaquil #Orellana #Manta, esto evitará confusiones.
- h) Se podrá utilizar los hashtags que sean necesarios siempre que no tengan más de tres palabras y sean utilizados con el fin de facilitar, al ciudadano, la búsqueda de información de un determinado tema.
- i) Además del reporte de tráfico, el comunicador publicará también vías alternas y desvíos.
- j) Se deberá mencionar la cuenta de Twitter de las instituciones involucradas.
- k) No se puede colocar cifras de heridos y fallecidos.
- l) Los requerimientos ciudadanos generados posterior al cierre y durante la madrugada serán atendidos en la activación del día siguiente, a menos que lo solicite las autoridades se gestionará la respectiva respuesta el comunicador/a que se encuentre de turno.

En caso de sismos se dará retweet a la cuenta del IG y únicamente se realizarán recomendaciones para precautelar la seguridad de los ciudadanos. No se puede emitir información sobre personas desaparecidas, se debe retweetear a la cuenta de Policía Nacional.

Siempre se dará retweet a las cuentas de las instituciones competentes en la difusión de información de una emergencia atendida y se mencionará su participación en la emergencia.

6.8. Administración de indicadores

Con la finalidad de realizar el monitoreo respectivo a la difusión de información emitida por el ECU 911, se establecen indicadores que permiten conocer cómo se encuentra la gestión.

Tabla 36. Indicadores de monitoreo

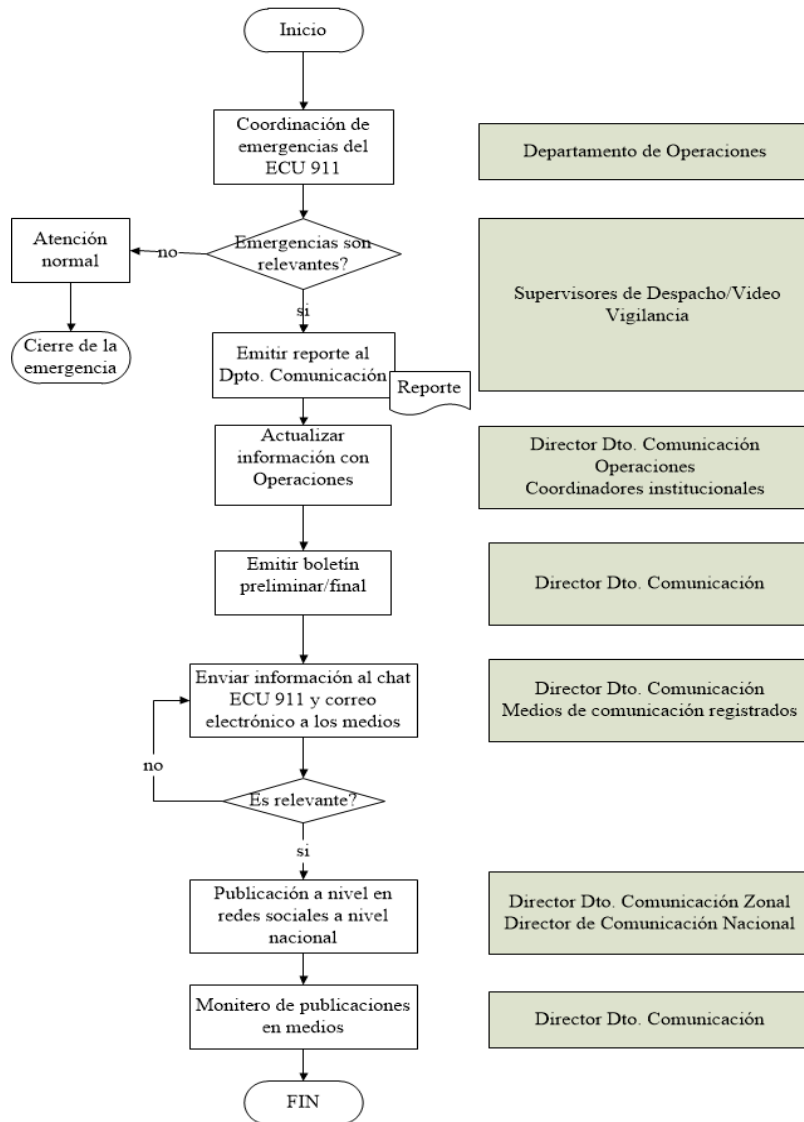
INDICADOR	FÓRMULA	VALOR ACTUAL	META	FRECUENCIA MEDICIÓN	RESPONSABLE MEDICIÓN	FUENTES DE VERIFICACIÓN
Boletines Generados	No. de boletines emitidos durante el mes	20	30	Mensual	Director de Comunicación	Boletines emitidos
Boletines publicados en los medios	$\frac{\text{No. de boletines emitidos}}{\text{No. de boletines publicados en los medios}}$	60%	80%			

Fuente: elaboración propia

Los indicadores son analizados permanentemente con la finalidad de cumplir en los tiempos establecidos, caso contrario se establecen acciones.

7. Flujograma

Ilustración 20. Flujograma del manejo comunicacional



Fuente: elaboración propia

Conclusiones:

- El modelo de comunicación es factible de implementarse en el sistema de trabajo del SIS ECU 911, Zonal 3, utilizando las redes sociales para tomar contacto con los diferentes medios de comunicación de las tres provincias a las cuales atiende (Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua). Del estudio realizado se desprende que es el medio más utilizado por los comunicadores por la rapidez con que la reciben y sobre todo porque es información de una fuente verificada.
- Se analizaron varios modelos comunicacionales creados por varios autores reconocidos; sin embargo, se toma como base el modelo de Beltrán por su enfoque al buen vivir y al área social con la participación de la ciudadanía, así como la herramienta del ciclo de Deming (PHVA), debido a que permite generar un modelo que se ajusta a las necesidades de la organización. El modelo basado en proceso de mejora continua permite monitorear la gestión a través de indicadores definidas para el efecto.
- Según los datos obtenidos en la encuesta aplicada a los diferentes medios de comunicación y el uso de redes sociales, se determinó que el SIS ECU 911 se encuentra a la par del uso de la tecnología en cuanto a los medios de comunicación. Existe interrelación directa con los periodistas de los medios de comunicación, quienes toman como fuente de información verídica a los boletines emitidos por la institución.
- El modelo comunicacional generado para el SIS ECU 911 responde a la necesidad actual de informar a la ciudadanía con veracidad y confianza situaciones de emergencia que existen. También se abre la oportunidad de brindar espacios de participación a la ciudadanía para que emitan sus criterios de atención. El modelo se basa en actividades propias de atención de emergencias ciudadanas, para lo cual se han establecido objetivos, metas, políticas para el manejo comunicacional a través de redes sociales. El análisis permanente de la información permite tomar correctivos inmediatos cuando así lo amerite.

Recomendaciones:

- Difundir el modelo comunicacional a todos los integrantes del SIS ECU 911, con el objetivo de que la información que se genera no sea filtrada sin que sea analizada y publicada/difundida, a través de los medios oficiales. Así también, el personal debe

conocer la responsabilidad que tienen de confidencialidad de la información e importancia de su gestión.

- Aplicar el modelo propuesto en todo momento, para que sea parte de su accionar diario.
- Mantener una relación cordial y amable con los diferentes medios de comunicación de las provincias, pues son un medio eficaz de difusión de información a gran parte de la población.

Bibliografía

- Andes. (2013). *Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/seguridad-ciudadana-solo-puede-dar-vision-integral-senala-panel-television.html>
- Arriagada, I., & Godoy, L. (1999). Seguridad Ciudadana y violencia en América Latina: diagnóstico y políticas en los años noventa. *División de Desarrollo Social*, 55.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional. (2009). *Ley de Seguridad Pública y del estado*. Quito: Registro Oficial.
- Beato, C. (2003). El Proyecto “Fica Vivo” para el Control de Homicidios en Belo Horizonte .
- Beltrán, L. (2013). *Spark.adobe*. Obtenido de <https://spark.adobe.com/page/pOy7Bthh8qS5H/>
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social* , 63.
- Correa, R. (2011). *Decreto No. 988*. Quito.
- Desmond, E., & Ungar, M. (Junio de 2009). La vigilancia comunitaria y la crisis de seguridad ciudadana en Latinoamérica. *Estud. Socio-Juríd* , 52.
- Dirección de Comunicación Social del Ministerio Coordinador de Seguridad. (2012). *Revista del Ministerio Coordinador de Seguridad*. (7).
- ECU 911 . (2016). *ECU 911*. Obtenido de <http://www.ecu911.gob.ec/ecu-911-obtiene-primer-lugar-en-concurso-alas-a-la-seguridad-en-latinoamerica/>
- ECU 911. (2016). *ECU 911*. Obtenido de <http://www.ecu911.gob.ec/ecu-911-expuso-su-modelo-de-gestion-en-primer-encuentro-internacional-de-seguridad-publica-en-chile/>
- ECU 911. (2017). *GESTIÓN DE LA ATENCIÓN DE SITUACIONES DE EMERGENCIA*. Quito: ECU 911.
- Enseguridad. (2010). *En Seguridad*. Obtenido de <http://www.enseguridad.com/la-historia-del-numero-de-emergencias-911/>
- Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *DOSSIER*, 81.
- Freidenberg, F. (s.f.). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: ¿TAMBIÉN SON ACTORES?*

- Gabaldón, L. G. (2001). Desarrollo de la criminalidad violenta en América Latina: un panorama.
- Gestiopolis. (septiembre de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/el-phva-y-las-normas-iso-9000/>
- Gutiérrez, N., & Flores, A. (2007). *Guía para la comunicación y difusión de resultados de investigación*. La Paz: Plural Editores.
- INEC. (2013). *INEC Tecnologías de la Información y Comunicaciones*. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec
- Islas, O. (2013). <https://octavioislas.com/about/>. Obtenido de <https://octavioislas.com/about/>
- Ministerio Coordinador de Seguridad. (2015). <http://www.ecu911.gob.ec/>. (Ministerio Coordinador de Seguridad) Recuperado el 21 de Febrero de 2015, de <http://www.ecu911.gob.ec/la-institucion/>
- Monsalve, J. (2009). Seguridad Ciudadana, Desempeño.
- Murillo, S. (2004). *Relaciones Humanas*. México: Noriega Editores.
- National Democratic Institute. (2000). *Seguridad Ciudadana en Centroamérica*. Recuperado el 21 de Febrero de 2015, de <https://www.ndi.org/seguridad-ciudadana-en-centroamerica>
- Observatorio de la Libertad de Prensa en América Latina. (2013). *Infoamerica*. Obtenido de Infoamerica: <https://www.infoamerica.org/teoria/beltran1.htm>
- Porrúa, M. (Enero de 2010). Obtenido de Tecnología y Gestión: <http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero4/TyG/porrua.pdf>
- Rodríguez, J. (2011). A propósito de Habermas: una reflexión sobre la conexión entre las condiciones de validez del habla y la idea de lo justo objetivo . *DERECOM*, 11.
- Sánchez, E. (2017). *ESTUDIOS EN EL EXTRANJERO: GUÍAS DE DESTINOS*. Obtenido de <https://www.hotcourseslatinoamerica.com/study-abroad-info/destination-guides/telefonos-de-emergencia-para-estudiantes-en-el-exterior/>
- Sánchez, U. (2006). Modelos y Esquemas de Comunicación: algunos acercamientos. En U. Sánchez, *Modelos y Esquemas de Comunicación: algunos acercamientos*. Medellín.
- Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo. (2 de Agosto de 2014). *Ecuadorinmediato*. (<http://ecuadorinmediato.com/>) Recuperado el 28 de Febrero de 2015, de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view

&id=2818767305&umt=ecuador_es_considerado_uno_de_los_países_más_seguros_de_america_latina2c_destaca_presidente_correa

Superintendencia de la información y comunicación. (2015). *Por una comunicación transparente*. Quito.

Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (2011). *Las redes sociales en internet*. España: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones.

Wondratschke, C. (2005). SEGURIDAD CIUDADANA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD DE MÉXICO. *Los relatos periodísticos del crimen*, 175.

ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO DE ENCUESTA

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL QUE LABORA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LAS PROVINCIAS DE COTOPAXI, TUNGURAHUA Y PASTAZA

Objetivo: Conocer la percepción que tiene el personal que labora en los medios de comunicación, respecto a la utilización de las redes sociales por parte del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 Zonal 3.

La información que nos provea será tratada con absoluta confidencialidad.

INFORMACIÓN GENERAL

Provincia donde está localizado el medio de comunicación donde usted trabaja: _____

Tipo de medio de comunicación:

Impreso	TV	Radio	Medios electrónicos	Otros
---------	----	-------	---------------------	-------

Si marcó otros, por favor mencione que tipo de medio es: _____

PREGUNTAS (Escoja una respuesta)

1. En el medio de comunicación que usted labora, ¿utilizan las redes sociales para recibir información de entidades privadas y públicas?

SI NO

Si su respuesta fue SI, escriba a través de qué redes sociales las recibe

Si su respuesta fue NO, indique a través de qué medios recibe la información.

2. ¿Considera que las redes sociales facilitan el flujo de información?

SI NO

3. ¿Cree que los medios de comunicación deben interactuar con las instituciones públicas a través de las redes sociales?

SI NO

4. En el medio de comunicación donde usted labora, ¿se verifican las fuentes de información antes de difundir la información?

SI NO

5. Qué tipo de información, recibe su medio de comunicación del SIS ECU 911: (Escoja todos los que usted recibe)

TIPO DE EVENTOS	SÍ	NO
Accidentes de tránsito		
Deslizamientos		
Inundaciones		
Incendios forestales y estructurales		
Desaparecidos en lugares turísticos		
Cierre de vías		
Aglomeración de personas		
Deslaves		
Simulacros información en redes		
Reportes de vías video vigilancia		
Información lugares turísticos video vigilancia		
Sismos campaña de prevención		
Campaña buen uso del 9-1-1		
Campaña en época de lluvia		
Campaña traslado de valores		
Campaña vial		
Tecnología ECU 911		
Otros		

5.1. ¿Con qué frecuencia recibe información del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911? Marque la opción según su criterio.

Una vez por mes	
Cada 15 días	
Una vez por semana	
Dos veces por semana	
Más de tres veces por semana	

6. ¿La información que recibe del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, según su criterio es?

Descripción	SIEMPRE	A VECES	RARA VEZ	NUNCA
Comprensible				
Confiable				
Oportuna				
Detallada				

7. ¿Si usted recibe información del SIS ECU 911, considera que es importante difundirlas?

SIEMPRE A VECES RARA VEZ NUNCA

Describa las razones:

8. Cuando usted recibe información del SIS ECU 911, ¿responde a los remitentes para confirmar que la recibió?

SI NO

9. ¿Las herramientas de comunicación utilizadas por el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 Zonal 3, para difundir eventos importantes suscitados, son adecuadas?

SI NO

10. Qué alternativas sugiere al Departamento de Comunicación del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 Zonal 3, para tomar contacto con los colaboradores de los medios e informar sobre eventos, por favor descríbalos:

Gracias por su colaboración.

ANEXO 2: FORMATO DE BOLETÍN ACTUAL



SERVICIO INTEGRADO DE SEGURIDAD

Enumeración de Boletín según el Centro

TÍTULO Dos líneas de texto como máximo en minúscula Arial 12. Se debe procurar citar siempre al ECU 911 y el Centro donde se realizó la gestión. La información en este espacio no debe repetirse en el lead.

BOLETÍN SIS-ECU-911 QUITO (Arial 10)
Lugar, xx de xxxx de 2014

Título (Arial 12)
Subtítulo (Arial 11)

Se puede adicionar un subtítulo corto

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala nacional. En su intervención, el funcionario indicó que el ECU 911 Babahoyo será inaugurado el próximo mes y atenderá emergencias de las provincias de Los Ríos y Bolívar, beneficiando a más de 900.000 **ciudadanos**.

LEAD debe iniciar con dato duro, lugar preciso y fecha del suceso e instituciones articuladas que participaron. Recalcar accionar del ECU 911, el texto debe tener tamaño de fuente 11 en letras tipo Arial.

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala **nacional**.

Información adicional

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala **nacional**.

Desenlace de la situación: los recursos permanecen en el sitio, la emergencia fue superada, se espera más información, etc.

De acuerdo al director del ECU 911, más de 40.000 kits de seguridad han sido instalados en varios taxis dentro del proyecto Transporte Seguro, que se impulsa desde julio del año pasado a escala nacional.

Mensaje sobre los esfuerzos permanentes del ECU 911 local o nacional en este tipo de gestión en emergencias.

Dirección de Comunicación Social ECU 911 Quito
Teléfono Fijo: 3 80 08 53
Celular: 0999999999
E-mail: comunicacionecu911@gmail.com
Signanos en nuestras redes sociales
Twitter local: @ECU911Quito

911 ¡línea única para emergencias!

Síguenos en:

 ECU911  @ECU911  /via_ecu911  ECU911SIS

Mayor información
Ingresar etc. www.ecu911.gob.ec

ANEXO 3. GLOSARIO

Hashtags: Una etiqueta o hashtag, es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o gato.

Retweet: Es cuando se vuelve a enviar un tweet que alguien escribió para que llegue a más gente, si se quiere que alguien en específico lea un mensaje tuyo realiza una mención escribiendo @nombredeusuario, tus tweets solo aparecen en los perfiles de todos los que te siguen.

Viralizar: Emplear técnicas de mercadotecnia para intentar explotar redes sociales y otros medios electrónicos tratando de producir incrementos exponenciales en "reconocimiento de marca".

Twitt: Es el nombre que se le da a una publicación en Twitter. La extensión máxima que debe tener es de 140 caracteres. **Favorito:** Son los tuits que los usuarios seleccionan para destacarlo en su timeline, o para guardar o utilizar después. El ícono que lo representa es una estrella dorada.

Mención: Es cuando se nombra a otro usuario en un tuit. Se puede realizar con dos fines: para responder a un usuario en el muro o para destacar en otra cuenta en el tuit que se publica.

Influenciar: Son las personas que cuentan con presencia, movimiento permanente y credibilidad en las redes sociales por su conocimiento en determinado sector.

Tendencia: Las tendencias o conocidas como trending topics, son los temas populares del momento, en Twitter. Las tendencias se sitúan junto a la cronología

Alerta: Toda señal o aviso que ingrese al SIS ECU 911, por cualquiera de los mecanismos de información o advertencia sobre un incidente o emergencia que sucedió, que está ocurriendo o que va a suceder.

Alertante: Persona que alerta al SIS ECU 911 un incidente o emergencia que sucedió, que está ocurriendo o que va a suceder a través de los mecanismos de alerta.

Analista de Operaciones: Es la persona encargada de dirigir, organizar, coordinar y controlar al personal de Evaluadores de Emergencia, además de brindarles el soporte y asesoría para el tratamiento adecuado de cualquier Emergencia o No Emergencia al SIS ECU 911.

Aplicativo Smartphone ECU 911: Aplicativo informático desarrollado por el SIS ECU 911 para el apoyo de la seguridad integral, sin discriminación con carácter inclusivo dirigido a la ciudadanía en general, turistas y especialmente a personas con alguna discapacidad auditiva, vocal o para aquellas que se encuentran en algún tipo de emergencia en la cual no puedan acceder al servicio a través de otros mecanismos de alerta, disponible para usuarios de teléfonos inteligentes donde se puede reportar incidentes o emergencias aprovechando la Geo localización que ofrecen estos dispositivos.

Guía de indagación: Documento institucional que sirve de referencia para obtener información del alertante y gestionar la atención del incidente o emergencia.

Emergencia: Tipo de perturbación cuya ocurrencia o inminencia tiene el potencial para alterar o perturbar el funcionamiento de un sistema, con daños graves para las personas, las colectividades, la naturaleza, los bienes o los servicios.

Incidente: Tipo de perturbación puntual y de impacto limitado, que no altera gravemente el funcionamiento de un sistema o comunidad. Los incidentes son atendidos por entidades y servicios especializados de respuesta y socorro.

Ficha Multidespacho: Herramienta electrónica del sistema que permite el envío simultáneo de fichas a dos o más instituciones articuladas de respuesta.

Ficha Ordinaria: Herramienta electrónica del sistema que requiere llenar campos obligatorios, para el envío hacia el evaluador de despacho de una institución articulada específica.

Ficha Rápida: Herramienta electrónica del sistema que permite el envío de información a despacho en 2 fases, la primera con información base de la emergencia y la segunda con información complementaria.

Mecanismos de alerta de emergencia: Son todos los medios a través de los cuales el SIS ECU 911 tiene conocimiento de alertas de incidentes o emergencias, tales como: telefonía, botón de seguridad, cámaras, aplicativo Smartphone y otros similares.

Servidor: Serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del Servicio Integrado de Seguridad.

Ficha física de atención de incidentes o emergencias: Es el documento físico (impreso) que se genera para la atención de los incidentes o emergencias, cuando el sistema no está operativo.

Ficha manual de atención de incidentes o emergencias: Es la ficha del sistema de recepción de llamadas que se genera manualmente y no mediante el ingreso de una llamada.

Consolidación de Fichas: Acción que permite unificar fichas de atención de emergencias sobre un mismo evento.