



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL TEMA:

**ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN
EL GRUPO DE WHATSAPP “TRÁNSITO MASHCA”**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social**

Autor:

Cindy Monserrat Pérez Calala

Tutor:

Lcdo. Mg. Omar Fabricio Soto Dávila

AMBATO – ECUADOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Titulación ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN EL GRUPO DE WHATSAPP “TRÁNSITO MASHCA” presentado por Pérez Calala Cindy Monserrat para optar por el Título de Licenciada en Comunicación Social.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 07 de enero de 2021.



Firmado electrónicamente por:
**OMAR
FABRICIO**

Lcdo. Mg. Omar Fabricio Soto Dávila

C.I. 0201393311

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Declaro que los contenidos, los análisis, criterios, conclusiones y recomendaciones emitidos en el presente trabajo de investigación: “ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN EL GRUPO DE WHATSAPP TRÁNSITO MASHCA”, son de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 07 de enero de 2021.



Pérez Calala Cindy Monserrat

C.I. 0502966864

AUTOR

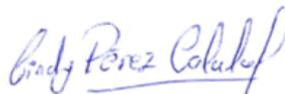
DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta Tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos patrimoniales del presente trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta Tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 07 enero de 2021.

AUTOR



Pérez Calala Cindy Monserrat

C.I. 0502966864

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN EL GRUPO DE WHATSAPP “TRÁNSITO MASHCA”, presentado por la Srta. Cindy Monserrat Pérez Calala de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciada en Comunicación Social de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato,..... de 2021.

Para constancia firman

Presidente

Miembro

Miembro

DEDICATORIA

Este trabajo de Titulación va dedicado de manera especial a mis padres Yolita Calala y Marquito Pérez, quienes me han dado la vida y siempre han estado conmigo apoyándome en los buenos y malos momentos, han sido el eje fundamental para lograr cada triunfo de mi vida, a mi ñaño Jordi Pérez por el apoyo incondicional.

A toda mi familia que con sus palabras alentadoras y motivadoras permitieron que pueda culminar con el objetivo planteado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme cumplir un logro más para mi vida y por siempre guiar mi camino, a mis padres por el esfuerzo que han realizado para yo pueda alcanzar mis metas en toda mi vida académica.

A los docentes de la Universidad Técnica de Ambato, que día a día impartieron sus conocimientos para formarme como profesional al Lcdo. Mg. Omar Fabricio Soto Dávila, siendo la principal persona quien supo guiarme en el trabajo de titulación.

Quiero agradecer a toda mi familia y amigos que me han brindado su apoyo incondicional en todo este proceso.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tema: ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN Y LA DIFUSIÓN DE
CONTENIDOS EN EL GRUPO DE WHATSAPP “TRÁNSITO MASHCA”**

Autor: Pérez Calala Cindy Monserrat

Tutor: Lcdo. Mg. Omar Fabricio Soto Dávila

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo de Investigación tiene como finalidad analizar la Comunicación y la difusión de contenidos en el grupo de Whatsapp “TRÁNSITO MASHCA”, se aplicó un cuestionario online en cual participaron 235 personas pertenecientes al chat grupal, realizando preguntas de opción múltiple permitiendo la obtención de información. Para el desarrollo y el análisis de la investigación se utilizó una metodología con enfoque mixto, el cual recolecta y analiza datos cuantitativos y cualitativos para la interpretación de resultados. Con los resultados obtenidos tras el proceso de investigación, se puede evidenciar un problema en la comunicación dentro de la interacción de los participantes, debido a la presencia de ruidos que interrumpen la recepción del mensaje al destinatario. Los contenidos emitidos con frecuencia son temas relacionados con operativos policiales y accidentes de tránsito. Por lo tanto se concluye, que existe una buena comunicación grupal, a pesar de ello la forma de comunicación no es apropiada por el uso de lenguaje en códigos que utilizan ciertos participantes y la presencia de publicidad no permiten que los mensajes sean recibidos de manera clara y secuencial. Dentro del análisis de difusión de contenidos los integrantes emiten la información con responsabilidad.

Palabras claves: WhatsApp, Comunicación, Contenidos, Difusión, Ruidos

ABSTRACT

The purpose of this Research Work is to analyze the Communication and the dissemination of content in the WhatsApp group "TRÁNSITO MASHCA", an online questionnaire was applied in which 235 people belonging to the group chat participated, asking multiple choice questions for the obtaining information. For the development and analysis of the research, a methodology with a mixed approach was used, which collects and analyzes quantitative and qualitative data for the interpretation of results. With the results obtained after the research process, a communication problem may be evidenced within the interaction of the participants, due to the presence of noises that interrupt the reception of the message to the recipient. The contents frequently broadcast are topics related to police operations and transit accidents. Therefore, it is concluded that there is good group communication, despite this the form of communication is not appropriate due to the use of code language used by certain participants and the presence of advertising does not allow messages to be received clearly and sequential. Within the content dissemination analysis, the members issue the information responsibly.

Keywords: WhatsApp, Communication, Contents, Diffusion, Noises

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	ix
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Tema de investigación	1
1.2. Antecedentes Investigativos	1
1.3. Antecedentes Históricos	2
1.4. Comunicación en Grupos de WhatsApp.....	19
1.5. Difusión de Contenidos	23
1.6. Reseña histórica del Grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”	24
1.7. Objetivos.....	25
CAPÍTULO II	26
2. METODOLOGÍA	26
2.1. Enfoque de la Investigación.....	26
2.2. Técnicas de Investigación.....	26
2.3. Instrumentos de Investigación	28
2.4. Materiales de la investigación.....	31

2.5. Población y muestra.....	32
CAPÍTULO III.....	34
3. Análisis e Interpretación de Resultado.....	34
CAPÍTULO IV	48
4. CONCLUSIONES	48
5. RECOMENDACIONES	50
BIBLIOGRAFÍA.....	51
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha Técnica Entrevista Semi-estructurada	29
Tabla 2 Recursos Humanos	31
Tabla 3 Recursos Tecnológicos	31
Tabla 4 Recursos de Oficina	31
Tabla 5 ¿Qué tiempo pertenece al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	35
Tabla 6 ¿Tiene conocimiento de las normas o reglas del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	36
Tabla 7 ¿Cómo se identifica en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	37
Tabla 8 ¿Usted aporta con información al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	38
Tabla 9 ¿Cómo califica usted la comunicación dentro del grupo de WhatsApp?.....	39
Tabla 10 ¿Usted entiende el lenguaje por códigos entre los participantes del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?.....	40
Tabla 11 De qué manera le es más fácil percibir la información publicada en el grupo WhatsApp:	41
Tabla 12 ¿Qué contenidos comparten con frecuencia en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?.....	42
Tabla 13 ¿Cómo considera las fotografías y vídeos de accidentes de tránsito que envían al grupo de WhatsApp?.....	43
Tabla 14 La información que consume en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca", ¿con qué frecuencia la verifica en otros medios de comunicación?	44
Tabla 15 ¿Qué credibilidad tienen los contenidos que comparten en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?.....	45
Tabla 16 ¿Considera molestosa la publicidad que no está relacionada con la creación del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	46
Tabla 17 ¿Cómo califica la información difundida de los contenidos dentro del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?.....	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Qué tiempo pertenece al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	35
Gráfico 2 ¿Tiene conocimiento de las normas o reglas del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	36
Gráfico 3 ¿Cómo se identifica en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	37
Gráfico 4 ¿Usted aporta con información al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	38
Gráfico 5 ¿Cómo califica usted la comunicación dentro del grupo de WhatsApp?	39
Gráfico 6 ¿Usted entiende el lenguaje por códigos entre los participantes del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	40
Gráfico 7 De qué manera le es más fácil percibir la información publicada en el grupo WhatsApp:	41
Gráfico 8 ¿Qué contenidos comparten con frecuencia en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	42
Gráfico 9 ¿Cómo considera las fotografías y vídeos de accidentes de tránsito que envían al grupo de WhatsApp?	43
Gráfico 10 La información que consume en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca", ¿con qué frecuencia la verifica en otros medios de comunicación?	44
Gráfico 11 ¿Qué credibilidad tienen los contenidos que comparten en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	45
Gráfico 12 ¿Considera molestosa la publicidad que no está relacionada con la creación del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	46
Gráfico 13 ¿Cómo califica la información difundida de los contenidos dentro del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Qué tan popular es WhatsApp en Latinoamérica?.....	18
Figura 2 Modelo de Comunicación de Shannon y Weaver	21

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Tema de investigación

Análisis de la Comunicación y la Difusión de Contenidos en el Grupo de WhatsApp “TRANSITO MASHCA”.

1.2. Antecedentes Investigativos

En base al tema de investigación a tratar, se indagó trabajos similares por lo cual se optó como fuentes de varios repositorios universitarios a nivel internacional y nacional con la siguiente información:

De Blas Delgado (2018), autora del trabajo de investigación “Esto es ska mx en el whats análisis de las interacciones, usos y significados en el Grupo de WhatsApp”, de la Universidad Nacional Autónoma de México. En este proyecto se utilizó una metodología con enfoques sociales y comunicativos que pretenden maximizar la interacción, la efectividad, la sensibilidad e información que existe entre los integrantes del grupo y los contenidos que emiten en el mismo.

Por lo tanto la similitud del estudio da como conclusión que el uso de esta aplicación de mensajería instantánea como medio de información es la experiencia que funciona como generadora de campos de acción comunicativa e interacción, donde los miembros del grupo se identifican y socializan su cotidianidad según la información de cada persona, lo que les permite articular identidad, normas y objetivos en común.

Vilches Vilela (2019) en su estudio investigativo “Utilización de WhatsApp para el Trabajo Grupal por el alumnado de los Títulos de grado en educación de la Universidad de Córdoba” en la Universidad de Córdoba, en este proyecto se citan datos referentes al objeto de estudio. Es decir, que existe un grado de similitud con el marco teórico que teniendo como punto objetivo identificar, describir y analizar la contribución de WhatsApp a la realización de actividades académicas colaborativas en la universidad, en opinión del alumnado.

Se centró en un estudio metodológico que da realce a un enfoque mixto, se optó por esta investigación con la finalidad de proporcionar una mejor investigación al tema planteado. Y teniendo como conclusiones los siguientes argumentos:

En general, el alumnado considera que la aplicación es muy útil por su idoneidad para la comunicación instantánea y a distancia, aunque la percepción es dispar según las distintas titulaciones y las mujeres valoran esta ventaja en mayor medida.

También los estudiantes manifiestan que la eficacia de la aplicación es mayor cuando los intercambios comunicativos se ciñen a cuestiones concretas que impliquen mensajes y/o instrucciones cortas. Destaca que las mujeres estiman en mayor medida este aspecto. (Vilches Vilela, 2019)

Fernández Alcocer (2019) de la Universidad Central del Ecuador en su trabajo titulado “Análisis del uso de las redes sociales Facebook y WhatsApp en espacios estudiantiles como forma de intercambio de información académica y/o social en la Facultad de Comunicación Social.” Este proyecto de investigación se relaciona con la metodología, puesto que en el estudio se utiliza las técnicas como la encuesta, la entrevista y la observación.

Con ello se determinó los porcentajes e indicadores que los estudiantes prefieren entre las redes sociales. Además, el estudio tiene como conclusión que WhatsApp es utilizado como una fuente de mensajería instantánea y los estudiantes muestran cierto apego y seguridad hacia la aplicación por la comunicación inmediata que proporciona.

1.3. Antecedentes Históricos

El inicio de la comunicación humana, nació con el mismo ser humano, puesto que es una de sus capacidades naturales; nuestros ancestros en la prehistoria daban estímulos de respuesta a cualquier situación que ocurría en su entorno es por ello que necesitaron transmitir sus emociones y sentimientos a través de gritos, gestos y movimientos corporales.

Con referencia a lo anterior podemos destacar que en los estudios en la Escuela de Palo Alto, señalando a unos de los autores Paul Watzlawick en los axiomas de la comunicación manifiesta que es imposible no comunicar, con este enunciado se afirma que los antepasados absolutamente en todas las actividades que realizaban transmitían comunicación (Rizo García, 2011). En definitiva, era un nuevo reto que su instinto expresaba por la supervivencia.

Gracias a todos los estudios previos realizados por expertos, se señala de cómo la comunicación ha evolucionado; en esta investigación se pretende analizar en breves rasgos los cambios que ha vivido la misma en la humanidad.

Para dar inicio a los hitos más relevantes, podemos decir que, aunque en un principio la comunicación no fue verbal, la parte gestual y sonora con la que tuvo que entenderse el ser humano fue de mucha ayuda para dar el siguiente paso, dando cabida al nacimiento del lenguaje. “El lenguaje evolucionó siguiendo distintos grados sucesivos. El punto de partida sería hace unos 2 millones de años, cuando los homínidos reunieron unas características biológicas y culturales que permitieron el salto a un nivel comunicativo cualitativamente superior” (Campillo Valero & García i Guixé, 2005).Entonces podemos asumir que cada recuento e investigación histórica realizada por los expertos se añade que el origen del lenguaje es una construcción discursiva de una realidad que ha ido progresando con el paso de los años.

Posteriormente los estudios mostraban que la comunicación y el ser humano como tal han ido desarrollando capacidades hasta conseguir el descubrir la imprenta.

Se dice en varios estudios que la invención de la imprenta en sus inicios es parte de la xilografía, esta era un técnica de tallar en madera textos o imágenes, este gran salto e innovación de la imprenta hizo que varias civilizaciones revolucionaran en la forma y en el medio de transmitir la información, así lo señala (Ramírez Alvarado, 2009) en su artículo de investigación. Basándose en el mismo artículo la autora afirma que con este hecho se da un gran avance a la imprenta moderna para ello señala que: “Johannes Gensfleisch, conocido como Gutenberg (...) Desarrolló los principios de la impresión

tipográfica, que se mantuvieron de forma casi inalterable hasta el siglo XVIII. (...)No se conoce la fecha exacta de su nacimiento, pero estaría situada sobre el año 1500” (p. 150).

Años más tarde da el inicio para crear el primer medio de comunicación de masas, se trata del periódico, el cual tenía como principal objetivo informar los hechos más importantes que ocurrían en la sociedad.

Los primeros periódicos nacieron a finales del siglo XVI y principios del XVII al estilo de las cronologías pero con [sic] carácter mensual o bimensual en el centro de Europa, Alemania y Amberes. Más tarde a mediados del siglo XVII ya existían publicaciones periódicas en casi todas las principales ciudades europeas. (Navarro , 2007)

En el mismo documento el autor (Navarro , 2007) hace referencia que la prensa escrita tuvo que pasar por varias evoluciones y varios años para que se consolide en la sociedad y tenga credibilidad, para ello a finales del siglo XVIII este canal se convirtió en un medio de comunicación e influencia.

Tras este suceso la manera de interacción de las personas cada vez era más fácil el estar informado y comunicarse les resultada ya habitual en esa época y es por ellos que varios estudios marcan el origen del telégrafo como el invento más moderno de aquel entonces, puesto que con la aparición del ferrocarril los investigadores a principios del siglo XIX tuvieron la necesidad de emitir mensajes con mayor rapidez y con el telégrafo se podía transmitir a larga distancia mensajes escritos gracias a un código.

Para el organismo público descentralizado del gobierno mexicano (Telecomunicaciones en México, 2015) da a conocer el inventor Samuel Finley Breese Morse, registró al telégrafo eléctrico como un sistema fácil e inteligente que posibilita la transmisión de mensajes con inmediatez (p. 1).

Como afirma el autor (Lumbreras Herrero, 2016) en su trabajo de investigación “El telégrafo Morse y la Electricidad” deduce que Samuel Morse el 24 de mayo de 1844, emitió un mensaje de la Cámara de la Corte Suprema en Washington (Estados Unidos).

La primera expresión enviada fue: ¿Qué hizo Dios? (qué ¿Dios nos trajo?), argumento que corresponde al Capítulo 23, versículo 23 de la Biblia Números del Antiguo Testamento. Esta invención tuvo éxito y se extendió por todo el mundo (p.31). De esta manera, la comunicación sigue su lineamiento y evolución en el ser humano.

Con los descubrimientos acerca de la comunicación ya mencionados se observa que estos medios protagonizaron un papel muy esencial en la sociedad. La interacción entre las personas cada vez era amplia y eficiente, puesto que llegaban con sus mensajes a distintas partes del mundo.

A estos avances, años más tarde se suma el teléfono como medio más utilizado en esos tiempos, el cual tuvo como protagonistas diferentes autores, mismos que por varios años intentaron patentar el aparato pero por situaciones económicas no lo lograron, llegando así Alexander Graham Bell como el primer científico inventor del primer teléfono patentado, así lo señala la entidad National Geographic en un relato escrito por (Gavaldà, 2020).

Como menciona el autor (Menéndez Castilla, 2017) acerca del origen y evolución del teléfono y haciendo referencia a la invención de Alexander Graham Bell manifiesta que, el inventor: “Perseveró en sus experimentos hasta conseguir entender la voz humana al otro extremo del cable. Patentó legalmente el dispositivo y realizó la primera demostración pública sobre su funcionamiento. Impulsó una mayor comercialización efectiva del aparato” (p, 33).

El ser humano, sin embargo nunca deja su inquietud por mejorar e innovar día a día, más aún si se trata de la interacción y la comunicación de los mismos. Posteriormente al descubrimiento del teléfono Heinrich Hertz estudio las teorías de Maxwell para así dar inicio a varios estudios del proceso para comenzar con otros medios de comunicación mismo que iban a ser emitido a través de ondas hertzianas.

A fines del siglo XIX, hubo varios años de inseguridad política en la mayor parte del mundo, conflictos que se evidenciaban a través de guerras que amenazaron la estabilidad de las grandes naciones de la época. Esto creó que científicos e inventores presenten varias

interrogantes para encontrar un nuevo sistema de comunicación que los tenga notificados de lo que acontecía con estos conflictos armados (Rodríguez P. , 2013).

Basándose en las experiencias previas de Hertz a partir de 1886, diferentes grupos de investigación buscaron fórmulas para alcanzar esta telegrafía sin hilos y lograr así una ventaja militar sobre sus rivales, gracias entre otras cosas a la posibilidad de comunicarse con las tropas a largas distancias y especialmente con los navíos en alta mar. (Rodríguez P. , 2013)

La radio como tecnología de comunicación es el producto de distintos avances e investigaciones científicas en el campo de la difusión de información con ondas electromagnéticas. Entre alguno de los nombres que se encuentran ligados al descubrimiento y transformación de la tecnología están: Guillermo Marconi, Nikola Tesla, Heinrich Hertz, Alexander Popov y Reginald Fressenden (Espada, 2018, párr. 2).

De este modo se dio un gran salto a la evolución de la comunicación humana, el hecho de que los medios de comunicación estén presentes en la sociedad facilitó un sin número de beneficios, debido que toda la información transmitida se realizaba en tiempo real. No obstante a finales del siglo XIX la televisión entra a la sociedad como un nuevo medio de comunicación.

Según las autoras (Pauloni & Codoni, 2014), evidencian que la televisión desde sus inicios se la presentó como una técnica manual de transmisión de imágenes que simplemente se lo daba como uso de programación, pero con el paso de los años lo inventores estudiaron a ciencia cierta lo que podía llegar hacer este medio de comunicación en donde evidenciaron que la televisión se convertiría en un sistema de comunicación que se transmite a través de ondas radioeléctricas imágenes y sonidos mediante un pantalla (p. 35).

Con el avance tecnológico mencionado anteriormente se da un gran paso, puesto que eran visibles varios instrumentos tecnológicos entre ellos la computadora que en su época fue un descubrimiento más novedoso. De manera que desde el principio la computadora ha

pasado por diversas etapas de desarrollo, por lo general los escritores clasifican estas etapas tecnológicas como generaciones.

Según, (Garrido López, 2008) escribió que las computadoras de Primera Generación utilizaron bulbos con el propósito de transmitir la información, las personas quienes operaban en ese tiempo ingresaban los datos, estadísticas y programas en código especial a través de tarjetas perforadas, al mismo tiempo se demuestra que en esas épocas las primeras computadoras eran enormes y tenían un valor costoso (p. 9).

Teniendo en cuenta al autor Lopategui (2010), en su investigación señala:

1939 – John Atanasoff en el 1939

En la Universidad de Iowa State, John Atanasoff diseñó y construyó la primera computadora digital mientras trabajaba con Clifford Berry, un estudiante graduado. Más tarde, Atanasoff y Berry se dedicaron a trabajar en un modelo operacional llamado el ABC, el “Atanasoff-Berry Computer.” Esta computadora, completada en el 1942, usaba circuitos lógicos binarios y tenía memoria regenerativa.

1946 – Dr. John Mauchly y J. Presper Eckert

Con el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial, los militares necesitaban una computadora extremadamente rápida que fuera capaz de realizar miles de cálculos para compilar tablas balísticas para los nuevos cañones y misiles navales. (Lopategui, 2010, pp. 3-4)

A partir de estos inventos, naturalmente, se da un despliegue de las nuevas tecnologías y la transformación digital en una serie de variaciones que surgieron años más tarde, entre estas nuevas invenciones está el Internet que surgió a finales de los años 60. Esta idea adquirió real interés a partir del momento en que la tecnología trajo innovaciones y nuevas maneras de emprender la comunicación humana. Es en esta época en donde se da realce a una era digital.

Este avance tiene sus inicios en la Guerra Fría en 1945 donde Estados Unidos y la antigua Unión Soviética se enfrentaron en conflictos militares por temas políticos, sociales,

económicos e informativos; cabe mencionar que la Guerra Fría duro aproximadamente 46 años, en el transcurso de ese tiempo y a finales de la década de los setenta la situaciones en los países seguía bastante tensa.

En ese punto precisamente los ejércitos sabían que en cualquier momento los iban a atacar para ello los misiles tuvieron que ser detectados tan pronto como fueron lanzados y para poder dar un contraataque y de esa manera destruirlos durante el vuelo y para su detección eran cuestión de minutos y que para un ser humano hacer esta acción era imposible. La única forma confiable de tratar de detener el ataque con misiles era dejar que las computadoras actuaran y para ello tenían que estar interconectadas y comunicarse entre sí (Trigo Aranda, 2004).

En diciembre de 1969, se lanzó una red experimental de cuatro nodos, denominada ARPAnet, cuya idea principal era poder enviar información entre equipos, y que esta fuera recibida, aunque parte de la red estuviera destruida. Aparecía así el primer prototipo de lo que conocemos actualmente.

Para poder lograr esto, la ARPAnet desarrolló un método de división de la información en paquetes, los cuales, cada uno de ellos llevaba información en su cabecera para poder llegar a su destino. Esto no le aseguraba que si una parte de la red era destruida, todos los paquetes fueran reenrutados, pero sí que proporcionaba mecanismos para recuperar los paquetes perdidos. (Gardoki, 2011)

Con estos antecedentes, según Millán (2006) en su trabajo investigativo enfatiza que:

A principio de los años 60, la idea flotaba entre diversas instituciones americanas, como el Massachusetts Institute of Technology y la corporación RAND. Leonard Kleinrock del MIT publicó en julio de 1961 el primer trabajo sobre "conmutación de paquetes" (la tecnología que permitía dividir los datos y que recorrieran rutas distintas) (...) En 1969, el año que el hombre llegó a la Luna, se abrió el primer nodo de la red ARPANET, en la Universidad de California en Los Ángeles. (Millán, 2006)

Tras este suceso en 1970 en el área de las telecomunicaciones iban hacia varias innovaciones, mismo que respaldaron el tema tecnológico para dar inicio a la invención del celular actual.

De manera que los autores (Rodríguez Gámez, Hernández Perdomo, Torno Hidalgo, García Escalona, & Rodríguez Romero, 2005), manifiestan que: “Martin Cooper fue el pionero en esta tecnología, a él se le considera como "el padre de la telefonía celular" al introducir el primer radioteléfono en 1973 en los Estados Unidos mientras trabajaba para Motorola” (pp. 3-4).

Con lo mencionado anteriormente podemos decir que el teléfono móvil o celular como se lo conoce ha permitido el acceso a la comunicación humana en nuevos niveles de interacción. A su vez con este avance las personas no solo podían transmitir conversaciones, también podía enviar mensajes cortos (SMS) y algunos servicios de Internet; una fusión de descubrimientos bastante novedosos para la época.

Entonces gracias al apareamiento del teléfono como aparato tecnológico innovador se dio la vinculación y la creación de chats o mensajes de texto, misma que ha servido para comunicarse entre obreros de varias empresas, cabe mencionar que estos mensajes instantáneos solo poseían como máximo 169 caracteres, así que los mensajes que emitían de persona a persona eran muy cortos, precisos y concisos por su limitada extensión.

El 3 de diciembre de 1992, un ingeniero envió el mensaje de "Feliz Navidad" desde una computadora a un aparato móvil usando las redes de telefonía en Reino Unido. Fue el primer mensaje de texto de la historia. Y ocurrió hace exactamente 25 años. (BBC Mundo, 2017)

Con toda la investigación realizada previamente se hace referencia que cada hito en la comunicación humana ha ayudado al desarrollo de la misma. Con el avance tecnológico y digital a partir de la década de los 90's se puede destacar, que la comunicación se trasladó de un campo tradicional a un campo virtual permitiendo que las relaciones humanas adquieran un nuevo nivel de entendimiento. Todas las emociones y sentimiento

propios de un encuentro personal en ese tiempo ya se podía vivir a través de las redes sociales que hoy por hoy es la nueva tendencia en la vida cotidiana de las personas.

Con esto, la llegada de las redes sociales fue la cúspide para una transformación social. Si bien el internet alcanzó un nuevo límite como escenario comunicativo, las redes sociales también lo hicieron a su manera dando paso a una comunicación más global.

1994 se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy se conocen. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.). (Ramírez R. , 2011)

Con la llegada del siglo XXI el Internet demostró su éxito como una herramienta de socialización, es por ello que el inicio de las redes sociales en el mundo virtual fue de lo más curioso puesto que el ser humano se estaba enfrentando a circunstancias nuevas donde por primera vez descubrían la manera de comunicar y enviar información a través de un celular sumando una red móvil, es por ello que:

A principios del año 2003 y 2004, nacieron Hi5, Fotolog y Orkut, sitios web de internet que supondrían el inicio de la revolución digital. Estos espacios ganaron rápidamente espacio entre la población con acceso a internet, convirtiéndose en verdaderos centros de esparcimiento, entretenimiento y diversión, sobre todo de los más jóvenes. (Ocaña Hidalgo, 2013)

Y con este gran descubriendo de las redes sociales se crea en febrero de 2004 una red social que hasta la actualidad es uno de los medios más utilizados por las personas se trata de Facebook que fue creada por Mark Zuckerberg estudiante de Harvard, empezó a crear esta red social un sencillo directorio denominado (libro de caras).

Esta social media fue creada con el proposito de que los compañeros de Mark se conozcan entres si pero jamás si imagino que esto iba a tener un impacto global, además el autor (Torres Salinas, 2008) cuenta que: “construyó la primera versión en sólo dos semanas y

en poco tiempo tuvo un gran éxito. Su web se extendió primero por todas las facultades de Harvard y después por el resto de las universidades norteamericanas” (p. 681).

Y con las referencias anteriores y los hitos más relevantes sobre toda la evolución comunicativa que las personas han travesado desde los inicios de la humanidad, se puede decir, que desde ese entonces la sociedad tuvo que cruzar por estos cambios para que la tecnología y el internet tengan hoy por hoy la importancia en la vida cotidiana. Con la aparición de las redes sociales, nos centramos en la aplicación WhatsApp que también es una red social que en la actualidad ha cautivado a sus usuarios.

WhatsApp es una red social y aplicación de mensajería instantánea, donde podemos enviar fotos, videos, audios, enlaces, ubicación y textos en tiempo real, gracias a la llegada de esta red se logró mantener en contacto con nuestra familia, amigos, compañeros y todas las personas en cualquier parte del mundo.

WhatsApp se creó en el 2009, gracias a la idea de uno de sus fundadores, Jan Koum. En primera instancia, él quería crear una aplicación que le permitiera enviar notificaciones a amigos, pero luego la idea cambió y el objetivo cambió a crear una aplicación de mensajería instantánea. Brian Acton, quien sería el co fundador de la aplicación, se involucró en el proyecto gracias a Koum, quien después de un partido de Frisbee, le pidió que fuera su socio y que juntos pusieran en marcha el proyecto, a lo que él no estaba muy seguro.

Para el otoño de 2009, WhatsApp no tuvo un crecimiento significativo, pero Koum convenció a Acton para que se uniera a él. Tanto Koum como Acton fueron rechazados por trabajos en Facebook. Cuando Acton quiso empezar a buscar un trabajo fijo, porque no veía frutos del proyecto, Koum le dijo que le diera unos meses para que la aplicación tenga mayor demanda y llegaran al éxito. En octubre de 2009, Acton contactó a varios viejos amigos de Yahoo, contándoles su proyecto y reunió 250,000 dólares en fondos iniciales. Esto sirvió para que Acton para ser nombrado como cofundador y recibir acciones. (Salinas, 2017)

Los primeros pasos de la aplicación fueron en los dispositivos Apple. Según, la revista digital Trece Bits señala en una de sus publicaciones que el propio Jan Koum asegura que, al comprar su primer iPhone, se dio cuenta del potencial que tendría la app. Para mayo de 2009 lanzaba la primera versión de WhatsApp, un nombre llamativo que nacía tras unir los acrónimos «What's Up» (¿Qué pasa?) y «App» (Aplicaciones) (Romero, 2020).

La aplicación de mensajería instantánea desde el inicio demostró ser una multiplataforma debido a las diversas funciones que ofrece puesto que es sencillo de usar: toma los contactos de la libreta de contactos telefónico, esto ha facilitado al envío de mensajes instantáneos.

Pero WhatsApp no es solo un programa de mensajería instantánea, también podemos pensar en él como una red social real, que brinda un conjunto de características interesantes, entre las que se incluyen la creación de grupos y el envío de imágenes, audio y video. (Ramos, 2018)

Además esta aplicación cuenta con un logotipo que se basa en una burbuja de mensaje de texto. La burbuja de texto que indica el mensaje recibido está representada por una "cola" que apunta a la izquierda. Con esta idea WhatsApp espera dar a entender que se trata de una aplicación de mensajería, mientras aprovecha inteligentemente las emociones que las personas experimentan cuando ven un mensaje (Salinas, 2017). El segundo elemento que utiliza la aplicación es un teléfono, está ubicado en la parte central del logotipo, esto demuestra que la app no solo se puede recibir y enviar mensajes, sino que también pueden realizar llamadas de voz y video.

Funciones de Whatsapp:

- Mensajería simple: incluye el envío de mensajes de texto gratuitos a familiares y amigos a través de teléfonos móviles.
- Chat grupal: le permite crear un grupo de personas que puede conectarse con hasta 256 miembros al mismo tiempo. Puede compartir mensajes multimedia, SMS, nombrar el grupo, silenciarlo y personalizar notificaciones.

- WhatsApp Web o computadora: Solo sincronizando todos los contactos, la conversación puede continuar desde un computador únicamente escaneado el código QR.
- Llamadas y videollamadas de WhatsApp: puedes realizar llamadas de voz, al igual que hacer llamadas a nivel local, en todo el país o incluso en el extranjero, completamente gratis e ilimitado, solo necesitas conectarte a Internet.
- Fotos y videos: incluso si la conexión a Internet es lenta, puede usar la cámara integrada de WhatsApp para compartir instantáneamente multimedia y capturar fotos.
- Documentos: con la función de compartir fácilmente documentos, es decir, archivos PDF, documentos, hojas de cálculo, canciones, mensajes de voz y presentaciones se pueden enviar por correo electrónico sin utilizar ninguna otra aplicación. Puede enviar documentos con un peso de hasta 100 MG.
- Mensaje de voz: Contiene un botón en forma de micrófono que se activa y graba voz con un mensaje que puedes enviar sin límite de tiempo. Identifica si se ha leído el texto o el MMS. Hay diferentes símbolos en él, como el reloj que anuncia que el mensaje está esperando ser enviado, una marca de verificación indica que el mensaje se está enviando, ha alcanzado el control duplicado del destinatario y el azul indica que el mensaje ha sido leído.

Con todos la indagación obtenida se dice que WhatsApp ha evolucionado ampliamente a nivel mundial, así lo da a conocer (Hernández, 2020) en su página digital Malavida en la sección de artículos. El autor en la misma pagina da a conocer los cambios que ha tenido la aplicación a lo largo del tiempo e inicia refiriendose a la primera versión de WhatsApp en el 2009 pueto que tenia fallos en su funcionamiento. Este primer dilema que atravesaron los creadores fue la sincronización que tenía la app con los números de teléfono, debido a que resultaba ser un proceso tedioso para los usuario, ya que debían escribir número por número el código fuente.

Inicialmente, la aplicación no logró su propósito previsto, pero con la llegada de la notificación Push en junio del mismo año, todo cambió. WhatsApp lanzó su segunda

versión, que tuvo dos nuevas características importantes: la primera fue el envío de notificaciones cuando un contacto cambiaba de estado y la segunda el envío de notificaciones con el fin de avisar al receptor la llegada del mensaje. Además, en el 2009 fue un año de varios cambios y novedades para WhatsApp, por ejemplo en diciembre de ese año llegó una de las funciones básicas que tuvo la app fue el envío de fotos.

Un año más tarde para el 2010 la red social solo estaba disponible para iPhone. Los fundadores vieron la necesidad de llevar la aplicación a otros sistemas y realizaron el lanzamiento de la primera versión para BlackBerry y meses después lograron oficialmente la llegada de la aplicación a dispositivos Android para ser descargados desde la Play Store. En cuanto a las novedades y funciones para ese año, aparece la función de búsqueda básica para encontrar cualquier texto a lo largo de las conversaciones.

Durante el año 2011, el éxito de WhatsApp fue más que relevante y llega en febrero los chats de grupo. Se estrenaron con un límite de 5 participantes, muy lejos de las capacidades de hoy en día. Los usuarios que deseaban crear un chat grupal debían seguir los siguientes pasos:

1. Abra WhatsApp - presione más opciones - seleccione nuevo grupo.
2. Seleccione el nombre de las personas que usted desea añadir al grupo, seguido presione la flecha verde.
3. Escribe el nombre del grupo.
 - o El nombre del grupo tiene un máximo de 25 caracteres.
 - o Toque el ícono de Cámara para añadir una foto perfil (opcional).
4. Toque la flecha verde cuando haya terminado.

Otras de las opciones que no ofrece la aplicación dentro los chats grupales es: ¿Cómo invitar al chat grupal mediante enlace? En este caso si administra un grupo, puede invitar a más personas a unirse al grupo a través de un enlace de invitación.

Para compartir un enlace de invitación, siga los siguientes pasos:

1. En el chat de grupo seleccione la opción asunto del grupo.
2. Toque Enlace de invitación del grupo.
3. Elige entre Enviar enlace por WhatsApp, Copiar enlace, Compartir enlace a través de otra aplicación, o Código QR.

El responsable del grupo puede restablecer el enlace al momento que el decida de esta manera anula su vigencia y crear un nuevo enlace. Del mismo modo, cualquier usuario de WhatsApp que tenga acceso al enlace de invitación puede unirse al grupo sin la aprobación del administrador. (WhatsApp Inc., 2020)

En la actualidad con los chats de grupo se puede compartir mensajes, fotos, y videos con hasta 257 personas a la vez. También se puede dar un nombre a al grupo, silenciarlo y personalizar las notificaciones.

El periódico (Experiencia Tecno, 2016) en la nota publicada en su sección Apps, menciona que para el año 2013, el uso de WhatsApp era masivo. Su llegada hizo que nadie más quiera usar los mensajes, la principal función que trae la app para este año es la posibilidad de grabar mensajes o notas de voz. Solo se necesita presionar con el dedo el ícono del micrófono, grabar el mensaje y luego soltar el dedo cuando haya terminado.

Posteriormente, un año más tarde en el 2014 para los creadores de la aplicación, fue un año significativo, debido a que Facebook adquirió WhatsApp, lo que generó dudas entre los usuarios sobre si ¿WhatsApp logrará mantener su esencia? Fue un año bastante controversial para los fundadores; sin embargo, a pesar de esta compra por parte del fundador de Facebook la aplicación se mantuvo y continuó evolucionando con funciones y herramientas, con la finalidad de conservar a sus usuarios. En cuanto a las funcionalidades, la novedad de este año es el doble check, pues la app decidió incorporar la famosa "doble palomita azul", esta característica sirve para saber si el receptor ha leído el mensaje.

Seguido, con este avance en la aplicación en el año 2015, aparece una nueva función usar WhatsApp en la PC o WhatsApp web. Además, en este año también se le incorporó una función que permite buscar palabras clave en una conversación sin necesidad de tener que leerla toda.

En el 2016 WhatsApp llega con dos novedades para sus usuarios. La primera, incorpora el envío de GIFS en las conversaciones y la segunda función característica esperada son las videollamadas.

Sin embargo la seguridad se convirtió en una prioridad máxima en el 2016, por lo que la empresa introdujo el cifrado, según la empresa esta función puede responder por la privacidad de sus mensajes. Además, es posible enviar archivos a través de la aplicación y también existe cambios de tipografía.

En febrero del 2017 WhatsApp presenta una nueva actualización, la incorporación de los Estados (WhatsApp Status), en esta función se permite compartir videos decorados o fotos que desaparecen después de 24 horas. Esta característica fue una emulación de diferentes plataformas digitales como: Snapchat o Instagram Stories. Además, en este año la app permite compartir ubicación en tiempo real y la última novedad propia de WhatsApp fue que el 31 de octubre para celebrar Halloween anuncia la opción de eliminar los mensajes ya enviados en los chats.

Como novedad más importante de la aplicación llega al 2018, en este año fue el anuncio de videollamadas y llamadas de voz grupales. Tienen dos años de existencia, pero en este tipo de chat el poder estar comunicados en grupo fue una novedad para los usuarios.

Para el año 2019, la aplicación WhatsApp está disponible en más de 180 países y 60 idiomas, además traspasa el record con más de 100.000 mensajes enviados al día. Otra de las novedades para este año es la llegada de WhatsApp Business. Pese a estar disponible meses antes en Android, en iPhone la versión para negocios no era oficial hasta el mes de abril, dando a conocer sus nuevas características como: la creación de perfiles de empresa o herramientas de comunicación específicas, con la finalidad de cubrir las necesidades comerciales de los consumidores.

Después de 11 años de evolución la aplicación WhatsApp llega al año 2020 con más innovaciones en este año se crea la opción de escuchar las notas de voz sin necesidad de ingresar al mensaje, ahora ya se puede reproducirlo en la misma pantalla donde aparece la notificación. Entre otras actualizaciones que ofrece la app es el navegar in-app pues que el usuario no tendrá que salir de WhatsApp para abrir los enlaces de Internet, gracias a una ventana emergente.

Visto de esta manera, los avances de esta red social han cautivado a sus usuarios y es por esa razón que WhatsApp cuenta con más de 2.000 millones de usuarios a nivel mundial. Según, el periódico digital Cinco Días, con esta cifra la aplicación de mensajería instantánea se convierte en la segunda red social más popular del planeta, únicamente superada por los 2.500 millones de usuarios activos de Facebook. “Teniendo en cuenta los datos del último informe demográfico de la ONU en 2019, hay aproximadamente 7.700 millones de personas en el mundo. Este hito para WhatsApp significa que una de cada cuatro personas tiene una cuenta en la aplicación” (Belinchón, 2020).

La aplicación de mensajería instantánea ha traspasado fronteras y llega a países de Latinoamérica, en los últimos datos estadísticos realizados en el 2018 por el portal de estadísticas en línea alemán Statista, indican datos sobre el uso de WhatsApp en los diferentes países de Latinoamérica, considerando los datos obtenidos la autora (Chevalier Naranjo, 2019) revela que: “Según una encuesta llevada a cabo en 18 países de América Latina por la Corporación Latinobarómetro, alrededor del 64% de la población latinoamericana afirma usar WhatsApp, aunque el porcentaje varía de país a país” (párr.1). A continuación, se detallan los porcentajes de los usuarios que utilizan la aplicación WhatsApp en países como: República Dominicana (77%), Argentina (76%), Colombia (67%), Brasil (66%), México (60%), Perú (54%) y Venezuela (53%).

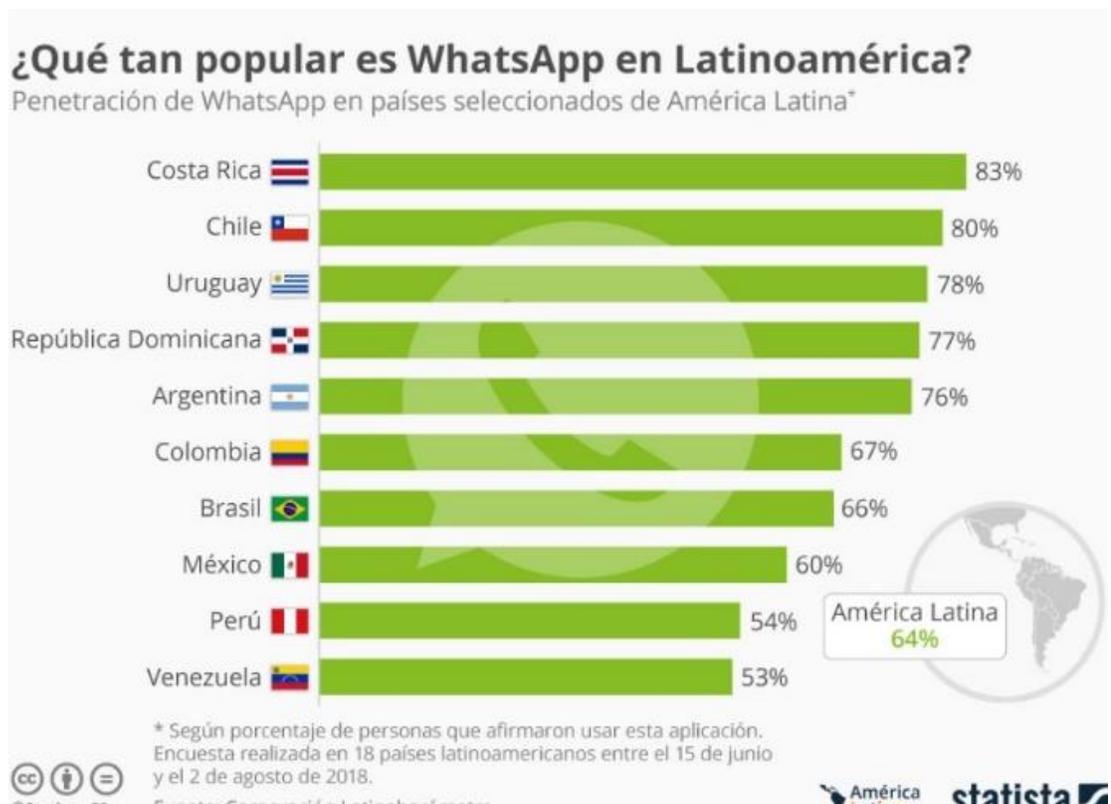


Figura 1 ¿Qué tan popular es WhatsApp en Latinoamérica?

Fuente: Statista

A nivel nacional la cifra de personas que utilizan la aplicación de mensajería instantánea es amplia puesto que en diferentes medios de comunicación dan a conocer datos estadísticos de lo mencionado. El periódico digital El Comercio en su sección Data redactado por (Rodríguez A. , 2020) menciona que Facebook y WhatsApp son las plataformas más utilizadas en Ecuador, considerando esto según estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2019, señalan que WhatsApp tiene un %52 de los ecuatorianos utilizando esta red social, seguido están otras redes como Instagram con un 18,2% y YouTube con el 15,4%. A nivel local en la Provincia de Cotopaxi y en el Cantón Latacunga las estadísticas y porcentajes de personas que utilizan la aplicación Whatsapp no existen.

1.4. Comunicación en Grupos de WhatsApp

El uso de Whatsapp en la sociedad se ha transformado en un eje fundamental para mantenerse comunicados e informados sobre acontecimientos de interés social o cotidiano de las personas.

Para comprender la comunicación en la aplicación de mensajería instantánea, es necesario analizar desde la comunicación digital, que tiene como finalidad emitir información de un de manera inmediata más eficiente que los medios de comunicación tradicionales, con esta comunicación digital permite tener a los usuarios actualizados al instante de los acontecimientos que suscitan en la cotidianidad.

Complementando la idea de la comunicación digital en específico en los grupos de WhatsApp, de acuerdo con (Vilches Vilela, 2019), enfatiza que la comunicación en las aplicaciones de mensajería instantánea consisten en: “La constante disponibilidad y la inmediatez. La intención comunicativa de los usuarios es básicamente la de transmitir información o simplemente establecer contacto, en tiempo real y con carácter sincrónico” (p. 77).

El tener inmediatez y rapidez en un mensaje, más aun cuando se envían a grupos sociales en este caso a los chats grupales de Whatsapp, se puede propiciar una interferencia o ruido en el mensaje que es transmitido desde el emisor hasta el destinatario, es decir, el mensaje sufre una decodificación en el proceso de comunicación.

Considerando los Modelos de la comunicación, que tienen como finalidad comprender la realidad de las interacciones comunicativas en contextos delimitados y concretos. Se abordará la postura a partir del Modelo de Shannon y Weaver, autores que plantean el siguiente criterio:

Como puede apreciarse el proceso de la comunicación se inicia en la fuente que es la que genera el mensaje o mensajes a comunicar. La fuente de información selecciona a partir de un conjunto de posibles mensajes, el mensaje escogido. A continuación, el transmisor opera sobre el mensaje y lo codificará transformándolo

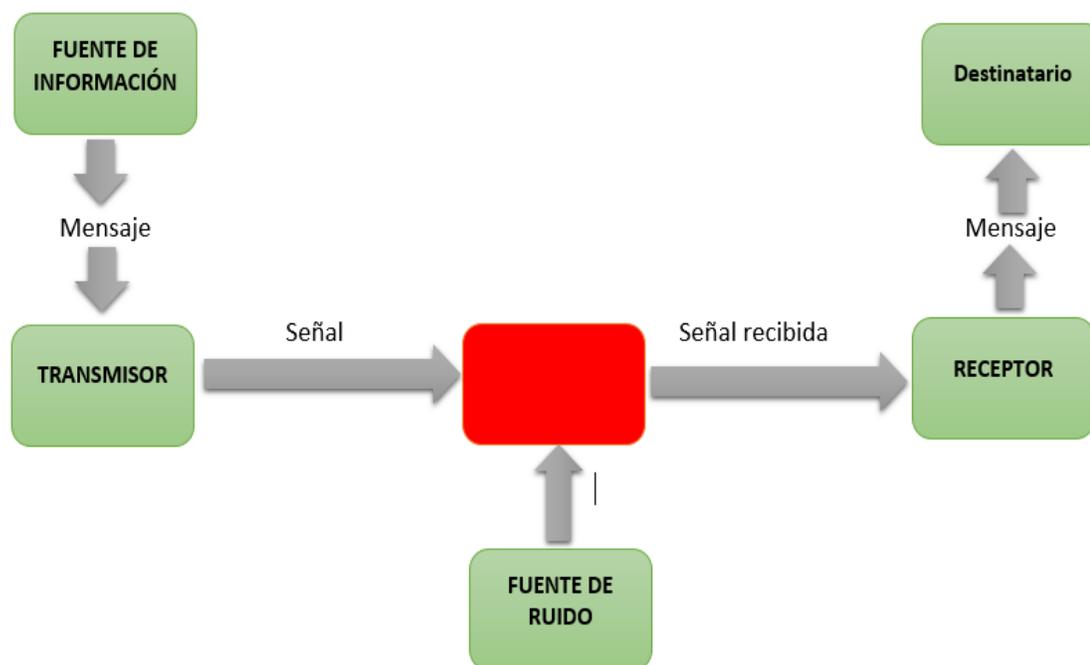
en señal capaz de ser transmitida a través de un canal. El canal es el medio utilizado para la transmisión de la señal desde el transmisor hasta el receptor y también usado por el receptor para su respuesta. Es allí donde Shannon y Weaver determinan que se genera el ruido que puede afectar el mensaje, indicando que la causa es por la agregación de una serie de elementos que no son proporcionados intencionalmente por la fuente de la información. (Castro & Filippi, 2010)

El objetivo de este modelo es mejorar la eficiencia al momento de transmitir un mensaje entre el emisor y el receptor, con el fin de que dicho mensaje llegue con claridad a su destinatario. Así lo considera el autor Rodrigo (1995): “Lo importante en este modelo es que la señal se descodifique en el transmisor de forma adecuada para que el mensaje codificado por el emisor sea el mismo que es recibido por el destino” (p. 3).

Considerando los elementos del Modelo de comunicación de Shannon y Weaver, según (Galeano, 1997) son los siguientes:

- a) Fuente: Es el elemento inicial del proceso de comunicación, se genera una determinada cantidad de palabras o símbolos para formar el mensaje a enviar.
- b) Transmisor: Es un transmisor técnico, este es el que convierte el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos, apropiados al canal encargado de emitir los mensajes.
- c) Canal: Es el medio técnico que debe transportar la señal codificada por el transmisor.
- d) Receptor: Su función radica en decodificar el mensaje enviado por el canal, emitiendo en un lenguaje entendible por el real receptor, que se lo considera al destinatario.
- e) Destinatario: Es el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje.
- f) Ruido: Factores que interrumpen la llegada del mensaje a su verdadero destinatario, entre ellos se puede diferenciar varios ruidos detallados posteriormente (pp.6-7).

Figura 2 Modelo de Comunicación de Shannon y Weaver



Fuente: Redalyc- Teorías sistémicas de la comunicación
Elaborado por: Cindy Pérez

Entonces, se dice que, todos los elementos que forman este modelo tienen su función de generar una comunicación rápida, pero lo que diferencia a este modelo del resto de modelos de la comunicación es la fuente de ruido que interfiere al momento de transmitir un mensaje. Este ruido básicamente está compuesto por factores ajenos a la comunicación que distorsionan el mensaje, teniendo como resultado una decodificación del mismo.

Haciendo referencia a la fuente de ruido que origina este modelo, se presentan los tipos de interferencias que se pueden presentar al momento de realizar el proceso de comunicación, en base a esto con datos en el portal digital redactado por el autor (González, 2018) señala varios ruidos de interferencia que no permiten que la información llegue de manera correcta a su destino, entre los ruidos más comunes están:

a) Ruido físico: esta fuera del remitente y el receptor, esto incluye todo aquello que interfiere con el habla y la comprensión correcta del mensaje.

b) Ruido psicológico: este tipo de ruido es una perturbación psicológica e impide que el receptor escuche el mensaje. Puede presentarse en una distracción cuando el médico habla con el paciente y el oyente este despistado con otras situaciones.

c) Ruido fisiológico: cuando uno de los participantes, ya sea el emisor o el receptor, sufre problemas físicos o mentales, como migrañas, taponamiento de oídos, problemas bucales

d) Ruido semántico: este tipo de ruido ocurre cuando el remitente y el destinatario no comparten el significado del mensaje; una persona profana suele hablar con expertos. Por ejemplo, entre médicos y pacientes, entre clientes y abogados, entre otros. Si utiliza términos que la audiencia no puede entender, se producirá ruido.

e) Ruido de influencia: ocurre cuando la actitud de la parte involucrada en la comunicación dificulta la comprensión. Esto puede suceder entre políticos, entre científicos, etc. En otras palabras, no hay una clara intención de hacerse entender.

f) Ruido técnico: son factores que interfieren en la comunicación de mensaje. Por ejemplo, si el teléfono falla durante una llamada, si se va el internet y no se envían los mensajes, entre otros (párr. 5).

Con base en lo anterior, hay que tomar en cuenta otros factores que causan perturbaciones o ruidos en los mensajes:

- Uso incorrecto del código, es decir, no manejar con soltura la lengua común.
- Estar frente a un mensaje no entendible por el tipo de letra o por la mala calidad de la impresión.
- Por manchas en un texto escrito.
- También se produce cuando la voz del emisor apenas es audible.
- Cuando existe una interferencia radial en una televisión, por ejemplo.
- Cuando el receptor sufre deficiencias auditivas, es decir, que sea sordo o tenga problemas de oído, por ejemplo.
- También se entiende por ruido cuando existe un exceso de información.

- Igualmente se considera ruido el no dar la información clave que haga comprensible un mensaje.
- En general, cuando no se tienen en cuenta las actitudes y valores de los actores de la comunicación, también se produce ruido.
- Cualquier factor que imposibilite la comunicación, es denominado ruido. (González, 2018)

1.5. Difusión de Contenidos

Por otra parte este estudio investigativo abarca el análisis de la difusión de contenidos en la aplicación de mensajería instantánea (WhatsApp), con relación a esto, el autor Hütt Herrera (2012) parte desde los medios de comunicación para la difusión de contenido, dando como argumento el siguiente criterio:

Los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología (blogs, wikis, etc). La principal regla en este último grupo es que no hay reglas; es decir, no hay censura, línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios. (pp.122-123)

Con referencia a la cita textual que realiza el autor, se dice que la restricción de los contenidos en redes sociales no tiene un control al momento de difundir la información en los diferentes grupos sociales.

Considerando el criterio del autor Rodríguez Hidalgo (2018) :

La información ha sido utilizada con diferentes fines ya sea para manipular, crear tendencias o simplemente dar a conocer algo (...)Es indispensable educar a los usuarios sobre el uso responsable de la información y de las plataformas digitales, la educación es la herramienta clave para combatir el fenómeno. (párr. 2,4)

Como es posible observar, la responsabilidad que tienen los usuarios al momento de compartir la información y cuando recibe la información es primordial, puesto que: “En la era digital, los usuarios están más informados a la vez se involucran en el proceso. Dejaron de ser receptores para convertirse en “prosumidores”, es decir, con la capacidad de recibir, producir y, aún más, reproducir mensajes” (Castillo Yépez & Quezada , 2019).

Desde la perspectiva las redes sociales están saturadas de información, así lo afirman los autores (Cancelo Sanmartín & González Márquez, 2015):

A través de la red se dan situaciones de sobrecarga de información con versiones encontradas, hechos inexistentes y otros verídicos, captados por ciudadanos y difundidos a través de las redes por Internet o por conversaciones del tema. Esto ha provocado un fenómeno de desinformación y confusión dentro de la sociedad en muchos de los casos. (p.38)

Para finalizar, el uso del internet en la actualidad es amplio puesto que se puede tratar diversos temas como: el entretenimiento, la educación, emprender y comunicar. Sin embargo, en las redes sociales y en específico en las aplicaciones de mensajería instantánea se pueden difundir cualquier tipo de contenidos, tomando en cuenta que toda persona tiene la facilidad de compartir la información.

1.6. Reseña histórica del Grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”

“Tránsito Mashca” es un grupo que se creó en la aplicación de mensajería instantánea de WhatsApp en la función de grupos el día 10 de enero de 2019. El objetivo del grupo es proporcionar información con referencia a tránsito (operativos policiales, radares, denuncias, estados de las vías, accidentes de tránsito).

El chat grupal cuenta con 257 usuarios, los cuales dos de ellos son administradores, el Sr. William Chiluisa y el Sr. Iván Roldán.

Las reglas o normas del grupo son las siguientes:

1. Se prohíbe totalmente las malas palabras, insultos entre otros.
2. El grupo será estrictamente para información sobre: radares, operativos, denuncias, estados de las vías, accidentes), pero TODO REFERIDO AL TRÁNSITO LATACUNGA.
3. En caso de haber algún infiltrado será eliminado, no compartir información personal.

Las personas que infrinjan cualquiera de estas reglas serán eliminadas automáticamente.

- Enlace para unirse al grupo de WhatsApp:

<https://chat.whatsapp.com/FQNtI5vhwE8Ln3jpFHzNj9>

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Analizar la Comunicación y la difusión de contenidos en el grupo de WhatsApp “TRÁNSITO MASHCA”.

1.7.2. Objetivos Específicos

- 1) Compilar información a través de artículos de revistas, trabajos de investigación y sitios web para el análisis de la comunicación y la difusión de contenidos en el grupo de WhatsApp “TRÁNSITO MASHCA”.
- 2) Aplicar encuestas online a los integrantes del grupo de WhatsApp “TRÁNSITO MASHCA”, para el análisis de la comunicación y la difusión de los contenidos en el grupo.
- 3) Interpretar los resultados de la comunicación y difusión de los contenidos en el grupo de WhatsApp “TRÁNSITO MASHCA”.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de la Investigación

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque mixto debido a que se analizarán datos cuantitativos y cualitativos. Según los autores, (Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014), señalan que este enfoque es idóneo para este tipo de investigaciones puesto que “se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos y la interpretación es producto de toda la información en su conjunto”. A través de este enfoque se permite llegar a una estructura analítica de la comunicación y los contenidos difundidos en el grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”.

2.2. Técnicas de Investigación

2.2.1. Técnica de Observación

Esta técnica es básica para los trabajos de investigación puesto que se establece una relación más real del observador y el observado. Para realizar el análisis de la comunicación y la difusión de los contenidos en el grupo de WhatsApp “Transito Mashca”, se aplicó la técnica de la observación externa o no participante de manera directa, el observador se limita y no pertenece al grupo de estudio, es como un espectador pasivo. Es decir, el investigador únicamente registra la información que aparece ante él.

Según, (Ramírez E. , 2011) esta técnica de observador externo permite “Realizar sobre el terreno un contacto inmediato con la realidad. Se funda principalmente en la entrevista y el cuestionario”. A partir de esta técnica existe un indicio sobre la manera de comunicación y la forma en que difunden los contenidos en el chat grupal.

2.2.2. Técnica de Encuesta

Para el análisis del trabajo de investigación se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos. Como manifiestan los autores (Kuznik, Hurtado Albir, & Espinal Berenguer, 2010), la encuesta es la representación más destacada del enfoque cuantitativo, en el cual se plantea un determinado número de preguntas con el objetivo de

obtener información directa de los encuestados, la misma que permite estructurar y cuantificar la información encontrada y generalizar los resultados a toda la población estudiada.

Lazarsfeld (1971, pp. 193-194, como se citó en Tymas , 2007) sostiene que la encuesta como técnica sirve: “Indicar que el investigador no se guía por sus propias suposiciones y observaciones, sino prefiere dejarse guiar por las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos conocimientos” (párr. 2).

Además, mediante esta técnica consiente en medir los porcentaje de las preguntas planteadas, con el propósito de saber si la comunicación y la difusión de los contenidos que comparten dentro del grupo de WhatsApp son propicios o no. A su vez, con la encuesta se logra desarrollar el análisis e interpretación de resultados del trabajo de investigación.

2.2.3. Técnica de Entrevista

Esta técnica de investigación es la herramienta más utilizada para la relaciones de información y datos en enfoques cualitativos. Para realizar la entrevista se selecciona la encuesta semiestructurada que recolecta todo tipo de información en base a un guion de preguntas previamente elaboradas.

Como sostiene Folgueiras Bertomeu en su trabajo de investigación:

En la entrevista semiestructurada es esencial que el entrevistador tenga una actitud abierta y flexible para poder ir saltando de pregunta según las respuestas que se vayan dando o, inclusive, incorporar alguna nueva cuestión a partir de las respuestas dadas por la persona entrevistada. (Folgueiras Bertomeu, 2017)

Con la ayuda de esta técnica se puede diseñar instrumentos de recolección de datos, la entrevista en la investigación cualitativa, independientemente del modelo que se decida emplear. (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2013), sostiene que la entrevista: “Tiene como propósito obtener información en relación con un tema determinado; se busca que la información recabada sea lo más precisa posible”. Esta

técnica en el trabajo de investigación permite tener un amplio conocimiento para el marco teórico y varias referencias que proporcionara el administrar del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”.

2.3. Instrumentos de Investigación

2.3.1. Cuestionario Online

De acuerdo con el estudio realizado, se utilizó el cuestionario online como instrumento de investigación y recolección de datos. En base a los autores Rocco y Oliari firman que:

Mientras que en las encuestas convencionales los datos deben ser convertidos de alguna manera a un formato electrónico, en las encuestas online las respuestas de los cuestionarios pueden ser importados directamente a las herramientas de análisis estadístico, como Excel o SPSS. Esta cualidad permite un gran ahorro de tiempo en el ingreso y codificación de datos así como también se evitan errores de transcripción o de interpretación de la letra en respuestas abiertas. (Rocco & Oliari, 2007)

Con referencia a lo expuesto por el autor, se dice que, el cuestionario online es un instrumento de fácil alcance, puesto que es a través de un medio digital. En el presente proyecto de investigación, esta herramienta permitió obtener de manera sistemática y ordenada datos de 13 preguntas con respuestas cerradas que se planteó a los integrantes del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”, con el fin de analizar la comunicación y la difusión de contenidos que emiten en el mismo.

Para la ejecución del cuestionario se utilizó la plataforma digital de Google Forms, misma que fue estructurada con preguntas de selección múltiple de manera que sea clara y de fácil comprensión para obtener respuestas que ayuden a recopilar la información requerida para la investigación. Cabe mencionar, que la aplicación de la encuesta es de manera anónima donde los integrantes del grupo respondieron sin temor que su identidad sea revelada.

Enlace que se utilizó para la realización del cuestionario online es el siguiente:

- <https://forms.gle/pU4C1aQf73AcwxHv9>

2.3.2. Ficha técnica de la Entrevista Semi-estructurada

Para realizar la entrevista se solicitó la colaboración de uno de los administradores del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”, a fin de ampliar la información acerca del chat grupal, el mismo que servirá como apoyo al marco teórico.

La ficha técnica permite recabar información detallada partiendo de características y transmitiendo datos relevantes y de utilidad, con el objetivo de recolectar información. Este instrumento debe contener cierta información básica.

Para desarrollar la entrevista se utilizó el instrumento de la ficha técnica con los siguientes parámetros:

Tabla 1 Ficha Técnica Entrevista Semi-estructurada

Ficha Técnica Entrevista Semi-estructurada		
Nombre:	Edad:	
Ocupación:	Lugar de residencia:	
Rol en el grupo:		
Categoría	Pregunta	Respuesta
Informativa	<ul style="list-style-type: none"> • ¿De dónde nace la idea de crea el grupo de WhatsApp “tránsito Mashca” • ¿Con qué objetivo se creó el grupo de WhatsApp “tránsito Mashca”? • ¿Qué tiempo de creación tiene el grupo de WhatsApp? 	

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuántos administradores posee el grupo? • ¿Cuáles son las reglas de grupo? 	
De proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Con el transcurso del tiempo. ¿Las reglas y normativas que establecen en el grupo han cambiado? • ¿Con cuántos integrantes inicio el chat grupal? 	
Comunicativa	<ul style="list-style-type: none"> • Desde su perspectiva ¿Cómo es la comunicación dentro del grupo de WhatsApp? • ¿Considera que se debe mejorar la comunicación entre los integrantes del grupo? 	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree usted que los contenidos compartidos en el grupo de WhatsApp están relacionados con la finalidad del grupo? • Desde su punto de vista ¿Cómo observa la acogida por parte de los integrantes del grupo con respecto a los contenidos difundidos en el mismo? 	

Fuente: Propia
Elaborado por: Cindy Pérez

2.4. Materiales de la investigación

2.4.1. Recursos Humanos

Tabla 2 Recursos Humanos

Nº	Personal	Descripción
1	Lcdo. Mg. Omar Fabricio Soto Dávila	Tutor de la investigación
2	Cindy Monserrat Pérez Calala	Investigadora del proyecto de titulación
3	Sr. William Chiluisa	Administrador del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”
4	Integrantes del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”	Población estudiada

Elaborado por: Cindy Pérez

2.4.2. Recursos tecnológicos

Tabla 3 Recursos Tecnológicos

Nº	Tecnología	Descripción
1	Internet	Uso del internet para el desarrollo de la investigación
2	Laptop	Aparato tecnológico para redactar la investigación
3	Dispositivo móvil	✓ Dispositivo para observar al objeto de estudio ✓ Uso para grabar audios de la entrevista
4	Calculadora	Uso para calcular la muestra de la investigación

Elaborado por: Cindy Pérez

2.4.3. Recursos de oficina

Tabla 4 Recursos de Oficina

Nº	Materiales	Descripción
1	Resmas de papel	Impresiones del trabajo de investigación

Elaborado por: Cindy Pérez

2.5. Población y muestra

Según, (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la investigación, 2018), la muestra es un subgrupo de la población o universo que se toma como referencia para el estudio. Además, señala que la muestra “se utiliza por economía de tiempo y recursos, implica definir la unidad de muestreo y de análisis y requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros” (p. 171).

Para el cálculo de muestra se toma como referencia a una población de 257 personas (miembros de grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”). De acuerdo con la población del trabajo de investigación. “En el contexto del muestreo aleatorio simple las fórmulas de determinación del tamaño de la muestra n , teniendo en cuenta si se estima una media o una proporción, y teniendo en cuenta si se estudia una población finita o infinita” (López Roldán & Fachelli, 2015, p.22).

Como la población del estudio es finita y se conoce el total de la población y se desea saber el total de personas encuestas, estudiamos a continuación, la fórmula de población.

Simbología:

- n : Tamaño de muestra buscado
- N : Tamaño de población o universo (257)
- Z : Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (95%)
- e : Error de estimación máximo aceptado (5%)
- P : Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (50%)
- Q : (1-p) Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (50%)

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q \times N}{(N - 1) \times e^2 + z^2 \times P \times Q}$$

Remplazo:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 257}{(257 - 1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0,5 \times 0,5 \times 257}{256 \times 0,0025 + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{264.11}{1.1204}$$

$$n = 235.728$$

$$n = 235 \text{ encuestas}$$

Para la presente investigación a través de esta fórmula se pudo calcular la muestra de la población, tomando como resultado 235 personas encuestadas para el análisis de la comunicación y la difusión de contenidos en el grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”.

CAPÍTULO III

Análisis e Interpretación de Resultado

Una vez obtenida la información el objetivo es analizar e interpretar, los resultados en una forma ordenada mediante la tabulación de las encuestas aplicadas a los integrantes del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”. Y en base a estos resultados hacer una representación gráfica de los datos.

Cuyos resultados se los presentará a través de porcentajes para su mejor comprensión a cerca de la realidad; estos resultados permitirán analizar la comunicación y la difusión de los contenidos en el grupo de WhatsApp.

En la entrevista con el administrador del grupo se expuso la intención del trabajo de investigación, quien se mostró interesado autorizando la aplicación de la encuesta en el chat grupal y de esta manera permitió la continuidad y la realización del proyecto de investigación.

Interpretación de resultados

Luego de haber procesado la información obtenida, se realizó la interpretación de cada una de las preguntas y la relación que existe con el marco de estudio desarrollado.

Los resultados obtenidos serán convertidos en porcentajes para su respectivo análisis y solución, basando en los resultados. A continuación se detalla el análisis y la interpretación de las preguntas de la encuesta ejecutada a través de tablas y gráficos.

Pregunta N° 1

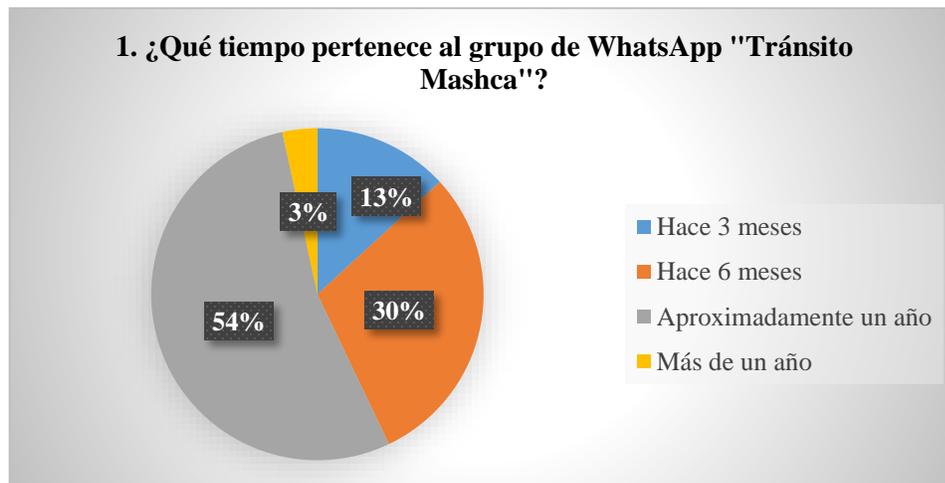
Tabla 5 ¿Qué tiempo pertenece al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hace 3 meses	31	13%
Hace 6 meses	70	30%
Aproximadamente un año	126	54%
Más de un año	8	3%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 1 ¿Qué tiempo pertenece al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados revelan que el 54% hace aproximadamente un año se integraron al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca" porcentaje que corresponde a 126 personas, el 30% que corresponde a 70 participantes señalan que hace 6 meses forman parte del chat grupal, el 13% que corresponde a 31 participantes hace 3 meses pertenece al grupo y un 3% que corresponde a 8 participantes se unieron hace más de un año.

De acuerdo a la encuesta elaborada, se considera que la mayoría de los integrantes del grupo de WhatsApp ya están un tiempo considerado desde un año aproximadamente lo que indica la efectividad del chat grupal.

Pregunta N° 2

Tabla 6 ¿Tiene conocimiento de las normas o reglas del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	134	57%
No	101	43%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 2 ¿Tiene conocimiento de las normas o reglas del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados revelan que el 57 % que corresponde a 134 practicantes si conocen las normas y reglas del grupo de WhatsApp, mientras tanto el 43% que corresponde a 101 personas no tienen conocimiento de las mismas.

Por tal razón, se considera que los participantes si tienen conocimiento de las reglas y normas del grupo de WhatsApp; sin embargo la diferencia que existen entre las respuestas del no conocen las normativas es mínima.

Pregunta N° 3

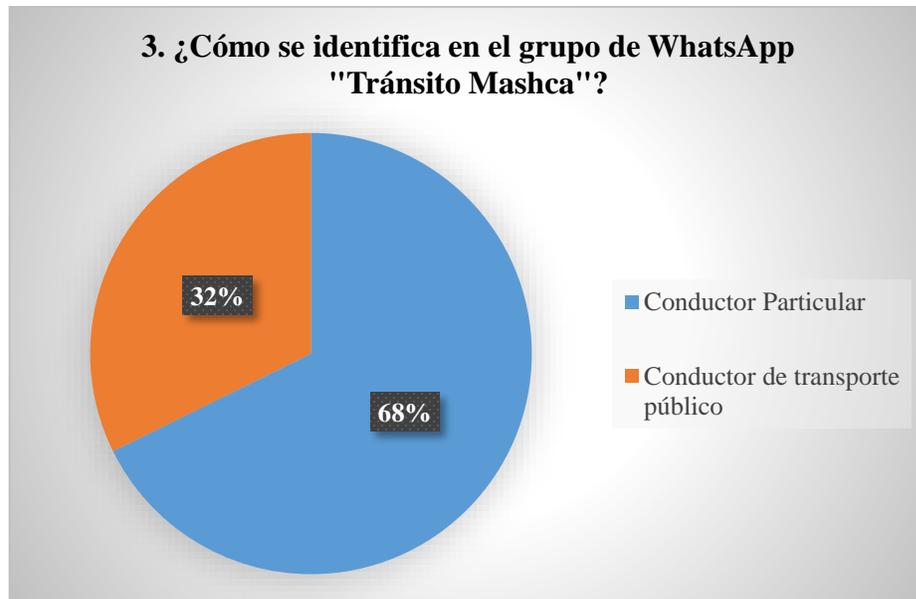
Tabla 7 ¿Cómo se identifica en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Conductor Particular	159	68%
Conductor de transporte público	76	32%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 3 ¿Cómo se identifica en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados revelan que el 68% que corresponde a 159 participantes son conductores particulares y el 32 % que corresponde a 76 participantes son conductores de transporte público.

Se observa que la mayoría de los conductores que pertenecen al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca" son conductores particulares entre ellos están (motociclistas, conductores de cooperativas ilegales y transporte pesado).

Pregunta N° 4

Tabla 8 ¿Usted aporta con información al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	151	64%
No	84	36%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 4 ¿Usted aporta con información al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados revelan que el 64% que corresponde a 151 integrantes aportan con información al grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca" y el 36 % que corresponde a 84 integrantes no interactúa compartiendo información en el chat grupal.

La gran mayoría de los encuestados afirman que aportan con información al grupo de WhatsApp por tal razón la información tiene una buena aceptación entre los integrantes del chat.

Pregunta N° 5

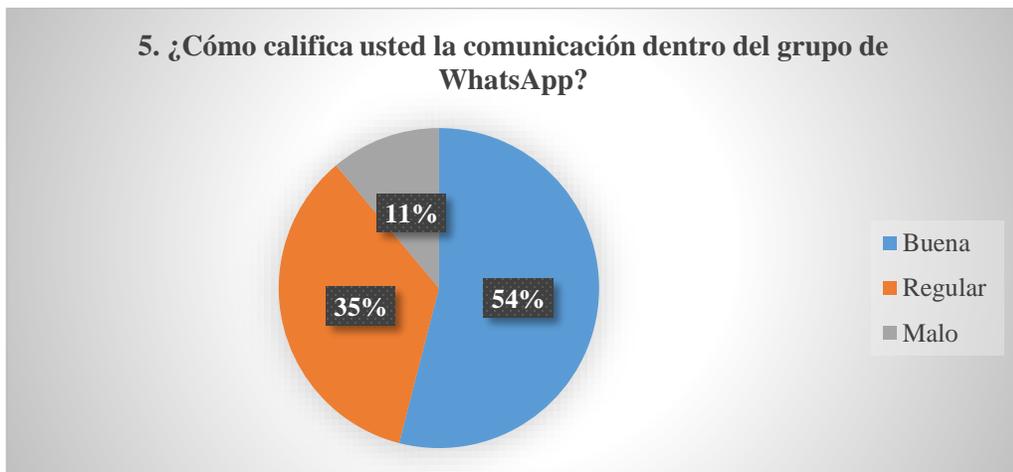
Tabla 9 ¿Cómo califica usted la comunicación dentro del grupo de WhatsApp?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	127	54%
Regular	82	35%
Malo	26	11%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 5 ¿Cómo califica usted la comunicación dentro del grupo de WhatsApp?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados, manifiestan que el 54 % que corresponde a 127 personas califican a la comunicación dentro del grupo de WhatsApp como Buena, el 35 % que corresponde a 82 personas califican como Regular y el 11 % que corresponde a 26 personas dan su calificación como Malo.

Una vez obtenidos los datos y el criterio con el que han aportado los participantes, dan como respuesta que la comunicación dentro del grupo de WhatsApp es Buena y se considera que el chat grupal mantiene una comunicación promedio.

Pregunta N° 6

Tabla 10 ¿Usted entiende el lenguaje por códigos entre los participantes del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	55	23%
En ocasiones	117	50%
Nunca	63	27%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 6 ¿Usted entiende el lenguaje por códigos entre los participantes del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 participantes encuestados señalan que el 50 % que corresponde a 117 personas en ocasiones entienden el lenguaje por códigos entre los participantes del grupo de WhatsApp, el 27 % que corresponde a 63 personas nunca entienden los códigos con los que se reportan sus compañeros y el 23 % que corresponden a 55 personas normalmente siempre comprenden la comunicación por códigos.

En las representaciones observadas, interpretamos que el lenguaje en códigos es de difícil comprensión entre los integrantes del grupo de WhatsApp.

Pregunta N° 7

Tabla 11 De qué manera le es más fácil percibir la información publicada en el grupo WhatsApp:

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mensaje de Voz	144	61%
Mensaje de Texto	77	33%
Imágenes	9	4%
Videos	5	2%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 7 De qué manera le es más fácil percibir la información publicada en el grupo WhatsApp:



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados revelan que el 61% que corresponde a 144 personas, les resulta más fácil percibir la información publicada en el grupo a través de mensajes de voz, mientras que el 33 % que corresponde a 77 personas, señalan que les gusta recibir la información por medio de mensajes de texto, un 4 % que corresponde a 9 personas indican que prefieren recibir información por medio de imágenes y el 2% que corresponde a 5 personas perciben los mensajes a través de videos.

En su gran mayoría a los conductores del resulta más fácil recibir la información publicada en el grupo a través de los mensajes de voz.

Pregunta N° 8

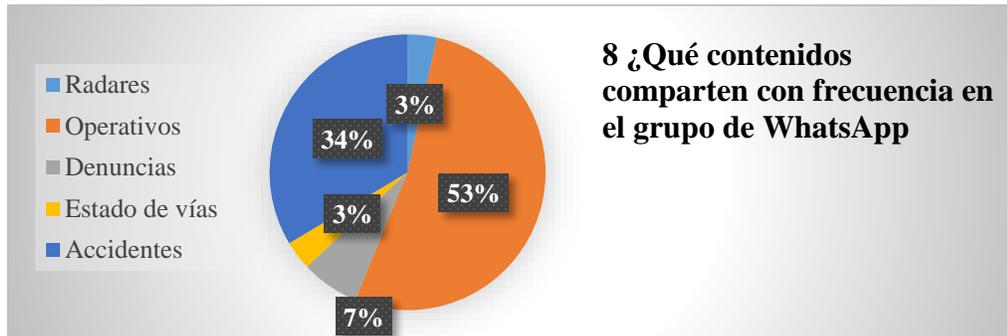
Tabla 12 ¿Qué contenidos comparten con frecuencia en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radares	8	3%
Operativos	124	53%
Denuncias	16	7%
Estado de vías	8	3%
Accidentes	79	34%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 8 ¿Qué contenidos comparten con frecuencia en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados el 53% que corresponde a 124 participantes señalan que en el grupo de WhatsApp los contenidos emitidos con más frecuencia son operativos, seguido de accidentes de tránsito con un 34% que corresponde a 70 personas, el 7% que corresponde a 16 personas revelan que los contenidos emitidos usualmente por el grupo son las denuncias, mientras tanto un 3% que corresponde a 8 personas señalan que comparten información sobre radares y estado de vías.

Del total de los participantes encuestados los resultados arrojan que los contenidos emitidos con más frecuencia en el grupo de WhatsApp son los operativos de control, puesto que esta actividad es realizada diariamente por la Policía Nacional en distintos lugares del Cantón de la Latacunga y en la provincia de Cotopaxi.

Pregunta N° 9

Tabla 13 ¿Cómo considera las fotografías y vídeos de accidentes de tránsito que envían al grupo de WhatsApp?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Apropiadas	29	12%
Inapropiadas	206	88%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 9 ¿Cómo considera las fotografías y vídeos de accidentes de tránsito que envían al grupo de WhatsApp?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestado revelan que el 88 % que corresponde a 206 personas consideran que las fotografías y videos de accidentes de tránsito enviadas al grupo de WhatsApp son inapropiadas, mientras que el 12% que corresponde a 29 personas señalan lo contrario.

De acuerdo con los resultados obtenidos por parte de los encuestados manifiestan que a la gran mayoría le resulta inapropiado visualizar las fotografías y videos que comparten en el grupo sobre accidentes de tránsito.

Pregunta N° 10

Tabla 14 La información que consume en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca", ¿con qué frecuencia la verifica en otros medios de comunicación?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	10%
A veces	128	55%
Nunca	83	35%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 10 La información que consume en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca", ¿con qué frecuencia la verifica en otros medios de comunicación?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados el 55 % que corresponde a 128 personas afirman que a veces verifican la información compartida por el grupo de WhatsApp en otros medios de comunicación, mientras que el 35% que corresponde a 83 personas mencionan que nunca contrastan la información que reciben del chat grupal y un 10 % que corresponde a 24 personas responde que siempre verifican la información compartida.

Como resultado general los encuestados mencionan que a veces verifican la información compartida por el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca" en otros medios o fuentes de comunicación.

Pregunta N° 11

Tabla 15 ¿Qué credibilidad tienen los contenidos que comparten en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Creíble	87	37%
Poco creíble	129	55%
Nada creíble	19	8%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 11 ¿Qué credibilidad tienen los contenidos que comparten en el grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados el 55% que corresponde a 129 personas, señalan que los contenidos que se comparten en el grupo de WhatsApp es poco creíble, mientras que el 37% que corresponde a 87 personas aseguran que el contenido que se emite en el grupo es creíble y un 8% que corresponden a 19 personas afirman que no es creíble la información difundida en el grupo.

Del total de encuestados se observa que un porcentaje elevado tienen poca credibilidad en los contenidos difundidos en el grupo de WhatsApp.

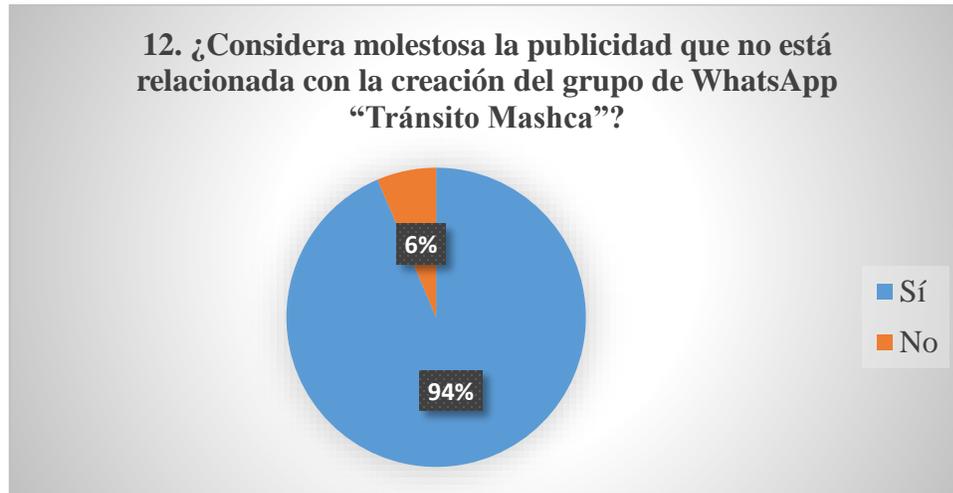
Pregunta N° 12

Tabla 16 ¿Considera molestosa la publicidad que no está relacionada con la creación del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	220	94%
No	15	6%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 12 ¿Considera molestosa la publicidad que no está relacionada con la creación del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”?



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados el 94% que corresponde a 220 personas consideran como molestosa la publicidad que no está relacionada con el fin que tiene el grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”, mientras que el 6% restante que corresponde a 15 personas no les resulta molesto recibir publicidad en chat grupal.

Los resultados demuestran que un alto porcentaje de integrantes del grupo de WhatsApp consideran molestosa la publicidad que emiten los usuarios en medio de la información, interrumpiendo el mensaje a su destinatario.

Pregunta N° 13

Tabla 17 ¿Cómo califica la información difundida de los contenidos dentro del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Buena	140	60%
Regular	87	37%
Malo	8	3%
Total	235	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Gráfico 13 ¿Cómo califica la información difundida de los contenidos dentro del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca"?



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cindy Pérez

Análisis e Interpretación:

De los 235 encuestados el 60% que corresponde a 140 personas, las mismas que dan respuesta a una difusión buena de contenidos dentro del grupo de WhatsApp, con un 37% que corresponde a 87 personas califican a la difusión de contenidos en el grupo como regular y el 3% que corresponde a 8 personas señalan como malo esta difusión de contenidos.

De acuerdo con los resultados de la población encuestada y tabulando las respuestas estadísticamente se obtiene que existe una buena difusión de contenidos dentro del grupo de WhatsApp "Tránsito Mashca".

CAPÍTULO IV

3. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1) Con la información obtenida en el estudio del axioma “Es imposible no comunicar”, manifiesta que toda acción realizada entre seres humanos genera un tipo de comunicación, dando paso para la evolución de la misma y tenido como resultado avances tecnológicos que en la actualidad ayudan al ser humano a mantenerse comunicados en diferentes circunstancias.

Pero la comunicación no siempre es de manera rápida y clara, así partiendo por el modelo de Shannon y Weaver, quienes indican que en el proceso de comunicación puede generar decodificaciones en el mensaje durante la recepción de su destinatario. Esta interrupción se la conoce como ruido.

2) Con la aplicación de la encuesta realizada a 235 participantes del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”, se toma como referencia la interrogante ¿Usted aporta con información al grupo? Teniendo como resultado que un 64% de las personas interactúan con una comunicación participativa bidireccional, es decir, que los integrantes del chat grupal se convierten en emisores y receptores de los mensajes enviados de manera instantánea.

3) Con respecto al análisis de la comunicación, tras el proceso de investigación, se evidenció que los integrantes del grupo de Whatsapp “Tránsito Mashca” consideran que tienen una buena comunicación dentro del chat grupal; sin embargo, la comunicación entre los participantes tienen dificultades en su lenguaje, esto se debe a que el 68% de los integrantes son conductores de vehículos particulares y el 32% son conductores de transporte público, el cual al pertenecer al servicio público son las personas que más concurren en las vías, ellos tienen la facilidad de compartir información referente a tránsito, por tal razón los conductores al enviar la información al grupo se comunican a

través de lenguaje por códigos y en su mayoría los participantes del grupo no comprenden el mensaje, debido a que no conocen el significado de las claves que utilizan.

El ruido o interferencia que existe por el lenguaje de códigos y la publicidad compartida en el grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”, direccionan al modelo de comunicación de Shannon y Weaver, estas dos falencias no permiten que los mensajes lleguen de manera clara y secuencial a los destinatarios.

En base al análisis de la difusión de contenidos en el grupo de WhatsApp existe una variedad de contenidos, la información enviada con más frecuencia es de operativos policiales y accidentes de tránsito. Con referencia a estos contenidos los usuarios replican información difundida de la web al grupo de WhatsApp, esta información es emitida con la debida responsabilidad y credibilidad de cada integrante.

4. RECOMENDACIONES

- 1) A los integrantes del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”, se recomienda utilizar un lenguaje coloquial, con el fin de ser entendidos al momento de transmitir la información.
- 2) Para una óptima comunicación grupal se recomienda a los administradores tener diálogos con las personas que difunden contenidos inapropiados o no referentes al grupo, con fin de cumplir con las políticas del grupo.
- 3) Se recomienda a los integrantes del grupo de WhatsApp “Tránsito Mashca”, evitar difundir imágenes y videos que tengan contenido de crónica roja por la sensibilidad de los demás integrantes.

BIBLIOGRAFÍA

1. BBC Mundo. (3 de Diciembre de 2017). Aniversario del SMS: cómo se logró enviar el primer mensaje de texto de la historia hace 25 años. Obtenido de BBC News Mundo : <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42214176>
2. Belinchón, F. (12 de Febrero de 2020). WhatsApp es ya la segunda mayor red social del planeta: 2.000 millones de usuarios. Obtenido de Cinco Días: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/02/12/companias/1581522641_035310.html
3. Campillo Valero, D., & García i Guixé, E. (2005). Origen y evolución del lenguaje. *Revista de neurología*, 41.
4. Cancelo Sanmartín, M., & González Márquez, N. (2015). El uso de las redes sociales como fuente de información en situaciones de riesgo ciudadano. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-ElUsoDeLasRedesSocialesComoFuenteDeInformacionEnSi-6068730.pdf>
5. Castillo Yépez, C., & Quezada , L. (2019). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad. *INNOVA Research Journal*, 101.
6. Castro, C., & Filippi, L. (2010). Modelos Matemáticos de Información y Comunicación, Cibernética (Wiener, Shannon y Weaver): Mejorar La Comunicación es el Desafío de Nuestro Destino Cultural. *Revista RE - Presentaciones Periodismo, Comunicación y Sociedad*, 145-161. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-ModelosMatematicosDeInformacionYComunicacionCibern-3352643.pdf>
7. Chevalier Naranjo, S. (28 de Marzo de 2019). ¿Qué tan popular es WhatsApp en Latinoamérica? Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/grafico/17500/uso-de-whatsapp-en-america-latina/#:~:text=Seg%C3%BAn%20una%20encuesta%20llevada%20a,var%C3%ADa%20de%20pa%C3%ADs%20a%20pa%C3%ADs>.
8. De Blas Delgado , L. (Noviembre de 2018). “Esto es Ska Mx en el Whats” análisis de las Interacciones, usos y significados en el Grupo de Whatsapp. Obtenido de TESIUNAM: <file:///C:/Users/Personal/Downloads/tesis%20completa%20whatsapp.pdf>
9. Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (13 de Mayo de 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
10. ESDESIGN. (Febrero de 2018). El concepto de comunicación digital en la actualidad. Obtenido de ESDESIGN - Escuela Superior de Diseño de Barcelona: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/el-concepto-de->

21. Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
22. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2018). Metodología de la investigación. Obtenido de McGRAW-HILL: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
23. Hernández, H. (9 de Enero de 2020). La historia de WhatsApp: 11 años liderando la mensajería instantánea. Obtenido de Malavida: <https://www.malavida.com/es/analisis/la-historia-de-whatsapp-006659#gref>
24. Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer, A. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Característica metodológicas. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/2651/265119729015.pdf>
25. Lopategui, E. (10 de Enero de 2010). MANEJO DE LA INFORMACIÓN. Obtenido de Saludmed: http://www.saludmed.com/EGIC1000/pdf/Ciencias_de_la_Computadora.pdf
26. López Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Barcelona. Obtenido de Dipòsit Digital de Documents: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
27. Lumbreras Herrero, J. C. (2016). El telégrafo Morse y la electricidad. La física de los descubrimientos científicos. Propuesta de intervención en Primaria. Obtenido de UVaDoc - Repositorio documental- Universidad de Valladolid: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/20012/TFG-G1993.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
28. Menéndez Castilla, J. I. (2017). El Teléfono en Valladolid: Los primeros pasos y su evolución. Obtenido de Uvadoc-Repositorio documental- Universidad de Valladolid: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/23441>
29. Millán, J. A. (21 de Enero de 2006). Breve Historia de la Internet. El fruto caliente de la guerra fría. Obtenido de Campus Virtual- Universitat de Lleida: <http://cv.udl.cat/cursos/elsmitjans/t1/docs/internet2.pdf>
30. Navarro , E. (2007). historia de la prensa. Obtenido de Catedu: http://documenta.ftp.catedu.es/Tut_editorial%2001/ampliacion/06_historia%20de%20la%20prensa.pdf
31. Ocaña Hidalgo, J. C. (2013). Sujetos digitales. La nueva sociedad en la era de internet y las redes sociales: pensamientos comportamientos y actitudes en la población juvenil de la cultura digital. Obtenido de Repositorio digital- Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/781/1/T-UCE-0009-30.pdf>

32. Pauloni , S., & Codoni, M. (Noviembre de 2014). Televisión, historia y política. Revista Tram[p] as de la comunicación y la cultura, 77. Obtenido de file:///C:/Users/Personal/Downloads/4662-Texto%20del%20art%C3%ADculo-17794-1-10-20180408%20(2).pdf
33. Ramírez Alvarado, M. (2009). Información y contrainformación: la evolución de la imprenta en el período de la Reforma luterana y de la Contrarreforma. idUS - Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla, 149-162.
34. Ramírez, E. (2011). Introducción a la Psicología. Obtenido de <http://www4.ujaen.es/~eramirez/Descargas/tema4>
35. Ramírez, R. (28 de Enero de 2011). La historia de las redes sociales. Obtenido de Isopixel : <https://isopixel.net/2011/01/28/la-historia-de-las-redes-sociales-infografia/>
36. Ramos, J. (2018). Marketing con WhatsApp. XinXin. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LTr9CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=grupos+de+whatsapp+redes&ots=qrkUfemvmO&sig=9DVjULWCBvJs uX9cSl_XZQpf2bs#v=onepage&q=grupos%20de%20whatsapp%20redes&f=false
37. Rizo García, M. (2011). Reseña de "Teoría de comunicación" de Paul Watzlawick. Redalyc, 16-75. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706028.pdf>
38. Rocco, L., & Oliari, N. (2007). La encuesta mediante internet como alternativa metodológica. Obtenido de Acta Académica: <https://cdsa.academica.org/000-106/392.pdf>
39. Rodrigo, M. (1995). Los modelos de la comunicación. Obtenido de Madrid: Tecnos: <https://campus.fundec.org.ar/admin/archivos/Rodrigo%20Alsina%20-%20modelos%20comunicacionales.pdf>
40. Rodríguez Gámez, O., Hernández Perdomo, R., Torno Hidalgo, L., García Escalona, L., & Rodríguez Romero, R. (Enero-Marzo de 2005). Telefonía móvil celular: origen, evolución, perspectivas. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517913002.pdf>
41. Rodríguez, A. (21 de Agosto de 2020). ¿Cuáles son las redes sociales preferidas por los ecuatorianos? Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/redes-sociales-preferidas-ecuador-tecnologia.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20un%20estudio%20del%20Instituto, Youtube%20con%2015%2C4%25>.
42. Rodríguez, P. (4 de Marzo de 2013). Historia de la Radio (I): Orígenes y primeros receptores. Obtenido de Xataka Smart Home:

<https://www.xatakahome.com/ocio/historia-de-la-radio-i-origenes-y-primeros-receptores>

43. Romero, J. (15 de Febrero de 2020). ¿Cuál es el origen de WhatsApp? ¿Por qué se llama WhatsApp? Obtenido de TreceBits: <https://www.trecebits.com/2020/02/15/cual-es-el-origen-de-whatsapp-por-que-se-llama-whatsapp/>
44. Salinas, A. (21 de Noviembre de 2017). Información sobre qué es, quién creo y cómo funciona la aplicación Whatsapp. Obtenido de Mott.Marketing: <https://mott.marketing/informacion-sobre-que-es-quien-creo-y-como-funciona-la-aplicacion-whatsapp/>
45. Telecomunicaciones en México. (2015). Semblanza histórica del telégrafo al satélite. Obtenido de Telecomm: https://www.telecomm.gob.mx/gobmx/wp-content/uploads/2015/11/semblanza_historica_telegrafo_al_satelite.pdf
46. Torres Salinas, D. (2008). Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, en la Universidad de Navarra. Obtenido de Dialnet: <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/noviembre/14.pdf>
47. Trigo Aranda, V. (2004). Historia y evolución de Internet. Obtenido de Dialnet: https://www.acta.es/medios/articulos/comunicacion_e_informacion/033021.pdf
48. Trigo Aranda, V. (2004). Historia y evolución de Internet . Obtenido de Dialnet: https://www.acta.es/medios/articulos/comunicacion_e_informacion/033021.pdf
49. Tymas . (4 de Octubre de 2007). El método de la encuesta. Obtenido de TESISYMAS: <https://tymas.wordpress.com/2007/10/04/el-metodo-de-la-encuesta/>
50. Vilches Vilela, M. (29 de Enero de 2019). Utilización de Whatsapp para el Trabajo Grupal por el alumnado de Los Títulos de Grado en educación de la Universidad de Córdoba. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Córdoba: <file:///C:/Users/Personal/Downloads/2019000001901.pdf>
51. Vilches Vilela, M. (29 de Enero de 2019). Utilización de Whatsapp para el Trabajo Grupal por el alumnado de los Títulos de grado en educación de la Universidad de Córdoba. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Córdoba: <file:///C:/Users/Personal/Downloads/2019000001901.pdf>
52. WhatsApp Inc. (2020). Cómo crear un grupo e invitar participantes. Obtenido de WhatsApp: <https://faq.whatsapp.com/android/chats/how-to-create-and-invite-into-a-group/?lang=es>

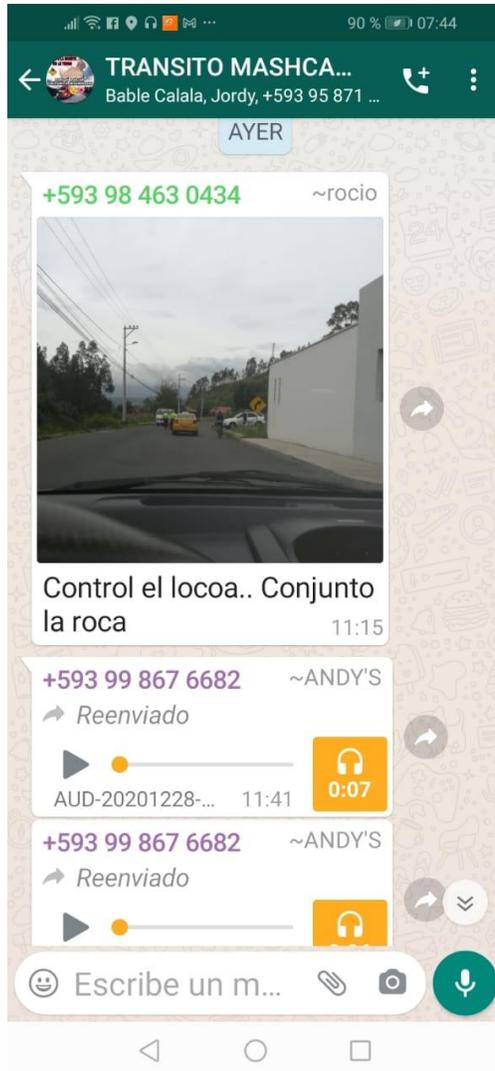
ANEXOS

UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 1

OPERATIVOS

1/1

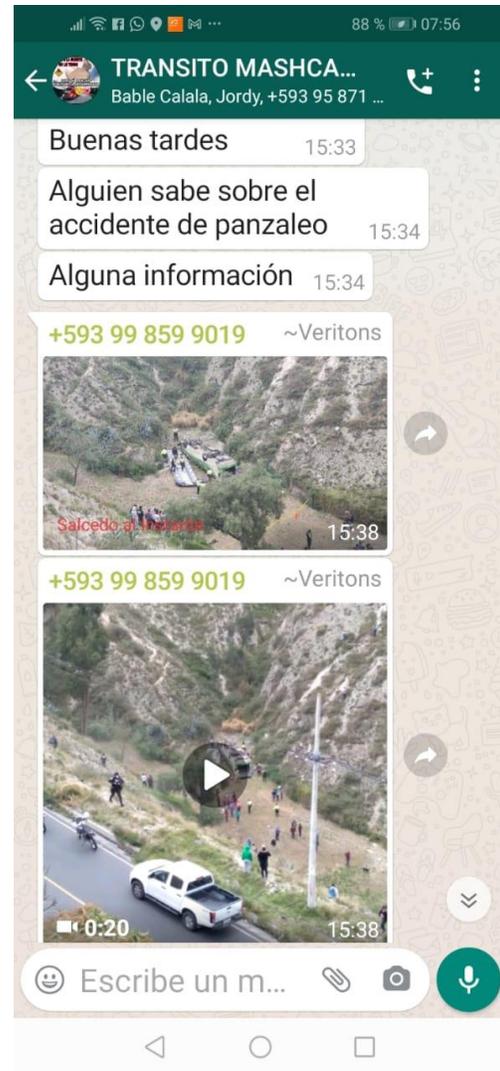


UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 2

ACCIDENTES

1/3

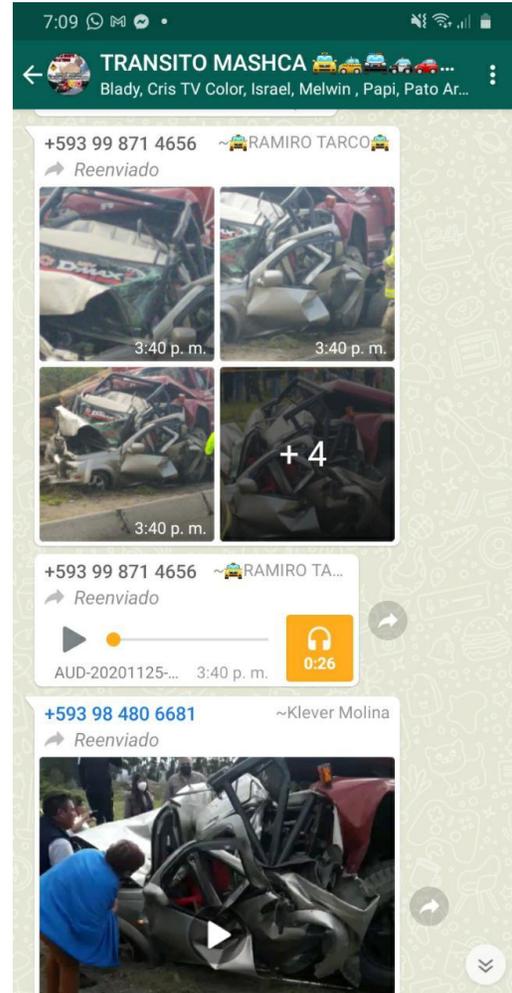
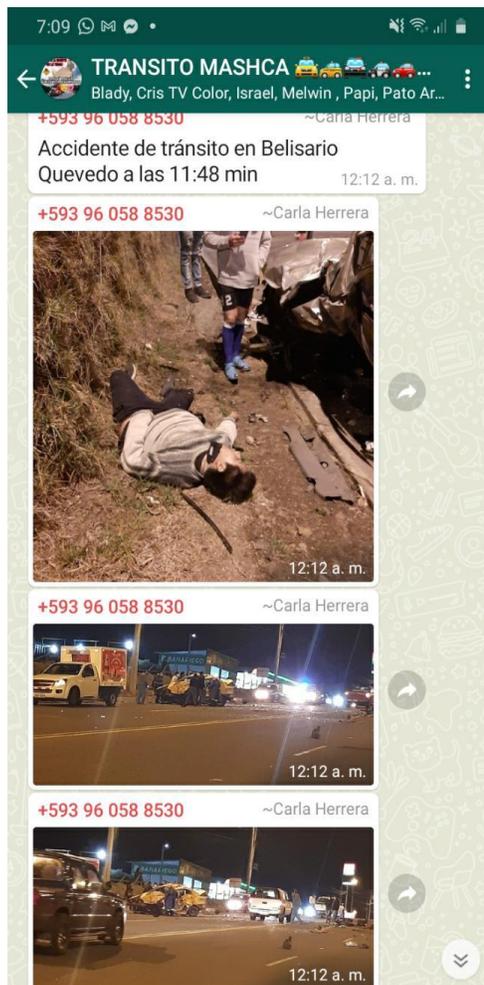


UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 3

ACCIDENTES

2/3



UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 4

ACCIDENTES

3/3

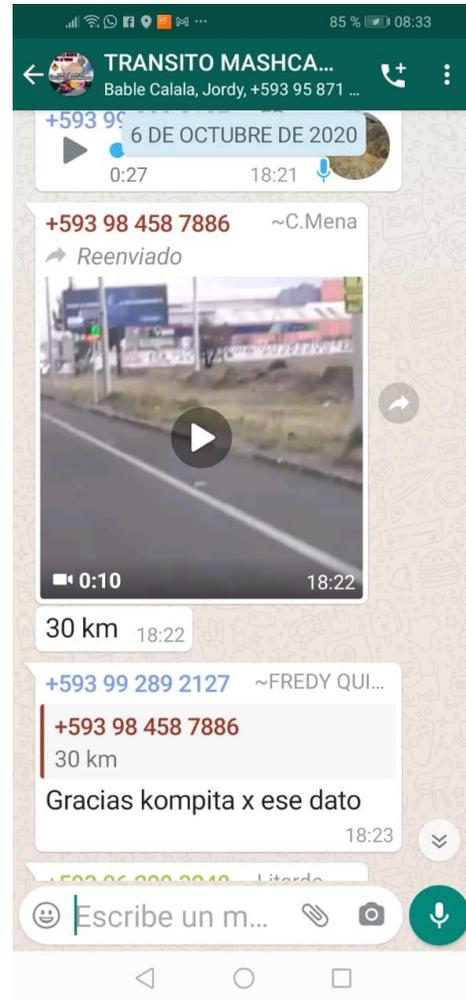


UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 5

RADARES

1/1



UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 6

ESTADO DE VÍAS

1/1



UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 7

DENUNCIAS

1/1



UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 8

**LENGUAJE EN
CÓDIGOS**

1/1

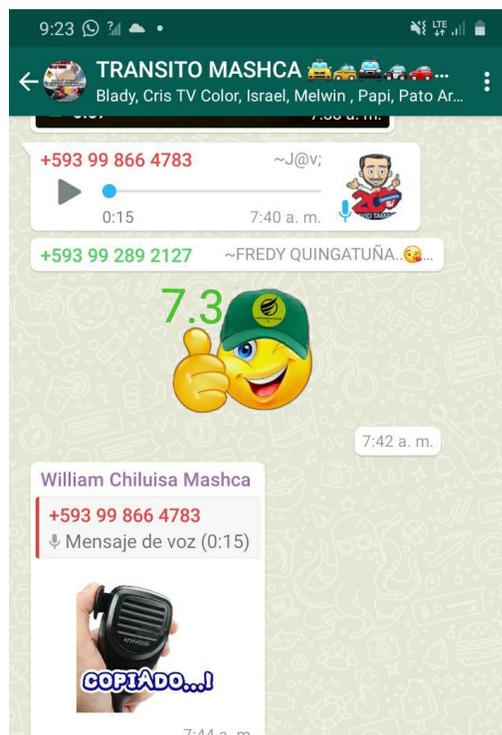


UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 9

**LENGUAJE DE
CÓDIGOS**

1/2

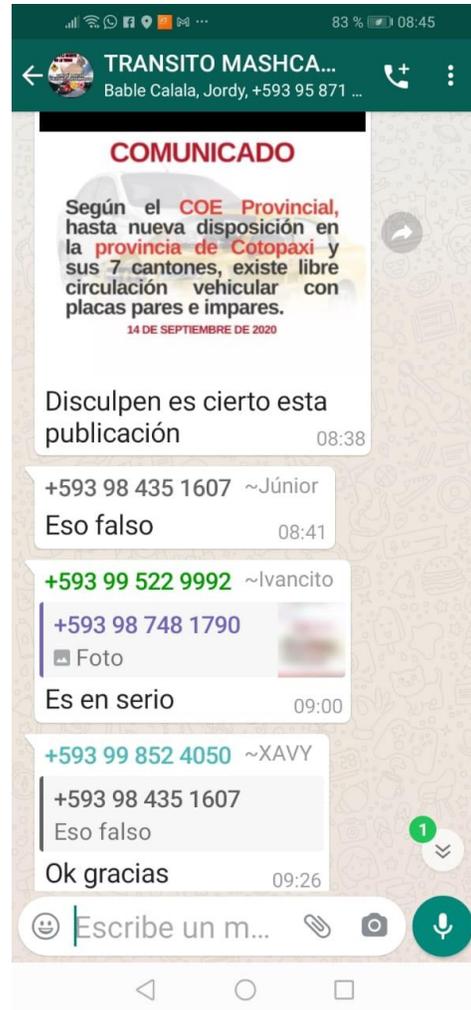


UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 10

**DIFUSIÓN DE
CONTENIDOS FALSOS**

1/1



UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 11

**CONTENIDO
PUBLICITARIO**

1/1

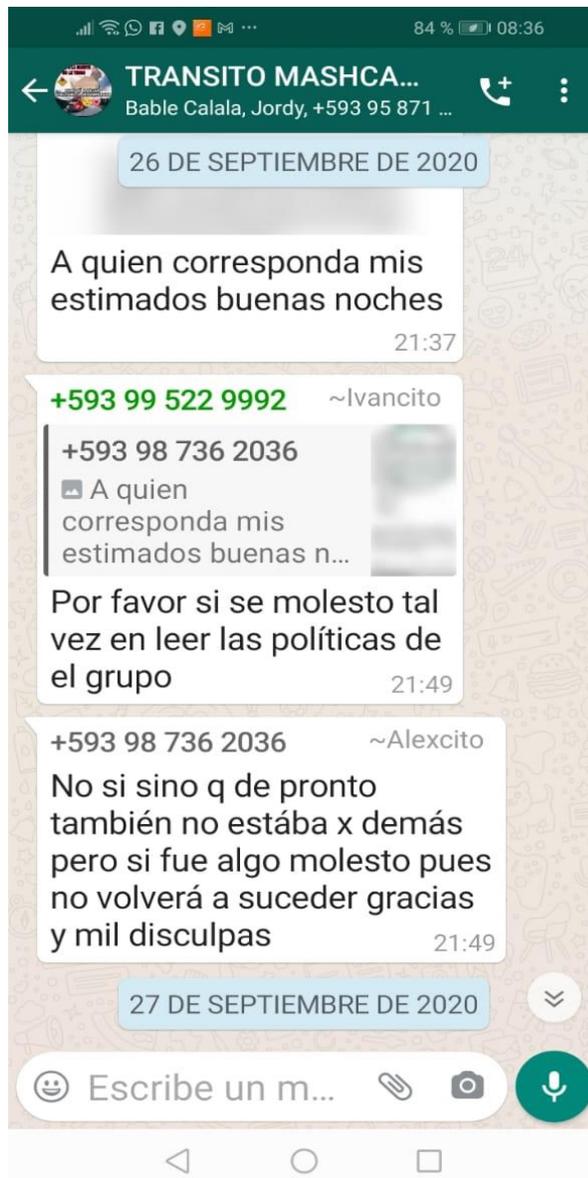


UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 12

**INFRACCIÓN DE
REGLAS**

1/1



UNIVERSIDAD "TÉCNICA DE AMBATO"
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 13

**Información del Grupo
de WhatsApp**

1/1



Descripción

Reglas

1. Se **prohíbe totalmente** malas palabras, insultos, entre otros.
2. El grupo será estrictamente para información sobre: **radares, operativos, denuncias, estado de las vías, accidentes, pero TODO REFERIDO A TRÁNSITO Latacunga**
3. En caso de haber algún **INFILTRADO** será eliminado, no compartir información personal.

Nota: Persona que infringa las reglas será **ELIMINADO**

Archivos, enlaces y docs 771 >



1. Se **prohíbe totalmente** malas palabras, insultos, entre otros. ... [Leer más](#)

Archivos, enlaces y docs 771 >



Silenciar notificaciones

Personalizar notificaciones

Visibilidad de archivos multimedia

Cifrado

Los mensajes y las llamadas están cifrados de extremo a extremo. Toca para obtener más información.

257 participantes 🔍

Tú
Hey there! I am using WhatsApp.



UNIVERSIDAD “TÉCNICA DE AMBATO”		
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES		
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
ANEXO 13	Ficha Técnica Entrevista Semi-estructurada	1/1
Ficha Técnica Entrevista Semi-estructurada		
Nombre: William Chiluisa		Edad: 45
Ocupación: Chofer Profesional		Lugar de residencia: Latacunga-Cotopaxi
Rol en el grupo: Administrador del Grupo de WhatsApp		
Categoría	Pregunta	Respuesta
Informativa	<ul style="list-style-type: none"> • ¿De dónde nace la idea de crea el grupo de WhatsApp “tránsito Mashca” • ¿Con qué objetivo se creó el grupo de WhatsApp “tránsito Mashca”? • ¿Qué tiempo de creación tiene el grupo de WhatsApp? • ¿Cuántos administradores posee el grupo? • ¿Cuáles son las reglas de grupo? 	<p>La idea nace de un grupo de amigos transportistas camioneros, buseros, taxistas, carros particulares etc, un grupo de amigos que buscamos la manera nosotros de crear un grupo para poder comunicarnos informarnos y apoyarnos unos a otros.</p> <p>El grupo fue creado el 10 de enero del 2019.</p> <p>Somos dos administrados: el Sr. Iván Roldan y mi persona William Chiluisa.</p>
De proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Con el transcurso del tiempo. ¿Las reglas y normativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Si al inicio no teníamos normas y la verdad los pocos integrantes que

	<p>que establecen en el grupo han cambiado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Con cuántos integrantes inicio el chat grupal? 	<p>formábamos parte del grupo, enviaban cualquier cantidad de información obscena y eso nos gustaba. Después de eso se crearon las normas que usted pues observar en la descripción de grupo. Hoy por hoy a pesar de esas normas los miembros siguen enviado publicidad y cadenas de oración, pero la verdad es que no le hemos puesto mucha importancia pero es demasiado molesto para los otros integrantes. Por ejemplo, en el grupo de Whatsapp alguien mando un mensaje diciendo hay operativo en el sector el Salto y otro integrante empieza a mandar información o publicidad que no compete con el tema del grupo, entonces a la persona que le servía la información ya no vio por la publicidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciamos con un grupo de unas 50 personas iniciamos el grupo.
Comunicativa	<ul style="list-style-type: none"> • Desde su perspectiva ¿Cómo es la comunicación dentro del grupo de WhatsApp? • ¿Considera que se debe mejorar la comunicación entre los 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación dentro del grupo es todo lo que referente a tránsito, se prohíbe totalmente comentarios, se prohíbe malas palabras y se prohíbe otro tipo de cosas como por ejemplo, saludos memes todas esas cosas

	<p>integrantes del grupo?</p>	<p>nosotros aquí nos relacionamos sólo lo que es tránsito.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si, adicional sería bueno mejorar la comunicación entre los integrantes, ya que hoy somos alrededor de unas 257 personas en el grupo y en algunos de los casos hay algunas personas que no aportan, somos los taxistas que aportamos con información pero en si para eso estamos y el beneficio no es sólo para uno el beneficio es para todos.
<p>Contenidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree usted que los contenidos compartidos en el grupo de WhatsApp están relacionados con la finalidad del grupo? • Desde su punto de vista ¿Cómo observa la acogida por parte de los integrantes del grupo con respecto a los contenidos difundidos en el mismo? 	<p>Sí, yo creo que todos los que estamos aquí en el grupo compartimos información con referente al tránsito y todo lo que es compartido es bien aceptado porque está relacionado al fin del grupo.</p> <p>Nosotros con este grupo nos manejamos las 24 horas 365 días del año, es un grupo con mucho respeto aunque en ocasiones varias personas no están de acuerdo con que envíen fotos así de muertos, otras personas suelen escribirme por internos pero la verdad no le he tomado con mucha importancia.</p>