



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**Las Redes Sociales, herramienta de las Relaciones Públicas para
la Comunicación Política**

**Trabajo de Investigación previo a la
obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social, Mención Publicidad y
Relaciones Públicas**

AUTORA:

Tamara Andrea Rosales Ortiz

TUTOR:

Mtr. Hugo Johnson Humala Rojas

**Cuenca-Ecuador
2013**

AUTORA: TAMARA ROSALES



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

RESUMEN

Con los adelantos vertiginosos de la tecnología, aparecieron nuevas herramientas de comunicación, como las redes sociales. Esto obliga a los profesionales de las Relaciones Públicas a rediseñar las acciones estratégicas de comunicación. Las redes sociales se han convertido en los medios más usados por individuos y organizaciones, medios que permiten publicar y compartir información, retroalimentación inmediata y un medio masivo que brinda una interacción personal, ventajas que no proporcionan los medios tradicionales que son unidireccionales y no permiten el intercambio de mensajes.

En la política, las redes sociales, se han convertido en indispensables para construir comunicación política, con el fin de crear relaciones más cercanas entre el poder y la ciudadanía. Permiten generar una comunicación en la que los políticos pueden compartir, conversar, y crear una relación más directa con el ciudadano. De esta manera las Relaciones Públicas pueden cumplir con el objetivo de persuadir y ganar la aceptación del sus públicos.

Las Relaciones Públicas 2.0, se ha denominado así a la práctica tradicional de las relaciones públicas incorporado el uso de los nuevos medios de comunicación en internet para el flujo de la información y el proceso de una comunicación personalizada y eficiente. Se entiende el término 2.0 como interactividad.

Frente a las nuevas exigencias y nuevas herramientas tecnológicas de comunicación, las redes sociales deben formar parte de los planes de comunicación de los Relacionistas Públicos para generar comunicación política. Entre las diversas redes sociales existentes en el internet, las más usadas son Facebook y Twitter con presencia política.

Palabras claves: Relaciones Públicas 2.0, redes sociales, comunicación política, política 2.0



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

ABSTRACT

With rapid advances in technology, better tools for communication, such as social media. This forces public relations professionals to redesign the strategic communications. Social media have become the most used by individuals and organizations, means for posting and sharing information, immediate feedback and a mass medium that provides personal interaction, do not provide benefits that traditional media are unidirectional and do not allow message exchange.

In politics, social media have become indispensable to build political communication in order to create closer relationships between power and citizenship. Can generate a communication in which politicians can share, talk, and create a more direct relationship with citizens. In this way public relations can meet the goal to persuade and gain acceptance of their audiences.

Public Relations 2.0, is well known to the traditional practice of public relations incorporated the use of new mass media on the internet for information flow and process of a personalized and efficient. 2.0 It is understood the term as interactivity.

Facing new demands and new communication technology tools, social networks should be part of the communications plans of public relations to generate political communication. Among the various existing social networks on the internet, the most used are Facebook and Twitter with political presence.

Keywords: PR 2.0, social media, political communication, politics 2.0



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

INDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| RESUMEN | 2 |
| INTRODUCCIÓN | 9 |
| CAPITULO I | 11 |
| 1. REDES SOCIALES Y SOCIEDAD | 12 |
| 1.1. Concepto de Redes Sociales | 14 |
| 1.2. Redes Sociales y Medios Tradicionales | 14 |
| 1.3. Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales para la Comunicación. | 16 |
| 1.4. Impacto de las Redes Sociales en la Sociedad | 17 |
| CAPITULO II | 20 |
| 2. REDES SOCIALES Y POLITICA | 21 |
| 2.1. Calidad de información difundida en las Redes Sociales | 23 |
| 2.2. Uso actual de las Redes Sociales en la Comunicación Política | 25 |
| 2.3. Redes Sociales y Política 2.0 | 26 |
| CAPITULO III | 30 |
| 3. IMPORTANCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES | 31 |
| 3.1. Relaciones Públicas 2.0 y Redes Sociales | 33 |
| 3.2. Tipos de Redes Sociales | 36 |
| 3.3. Uso de Facebook y Twitter para la comunicación política | 38 |
| CONCLUSIONES | 43 |
| RECOMENDACIONES | 44 |
| BIBLIOGRAFIA | 45 |



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Tamara Andrea Rosales Ortiz, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Comunicación Social, Mención Publicidad y Relaciones Públicas. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Tamara Andrea Rosales Ortiz
010518913-8

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
SECRETARIA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Tamara Andrea Rosales Ortiz, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Tamara Andrea Rosales Ortiz
010518913-8



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
SECRETARIA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

AGRADECIMIENTO

A todos quienes contribuyeron para la generación de conocimientos a través de la realización de esta investigación.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

DEDICATORIA

A Dios por darme paciencia y fortaleza en los momentos difíciles.

A mis padres, esposo e hijos, inspiración para mi superación personal.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales en la actualidad constituyen medios poderosos e influyentes dentro de la sociedad. Han ganado un lugar privilegiado de manera acelerada, convirtiéndose en indispensables para particulares, empresas, organizaciones, instituciones y partidos políticos, para diferentes actividades, sean estas laborales, académicos, médicos, políticos y sobre todo para establecer relaciones entre los usuarios.

La sociedad actual da gran importancia a la participación y presencia en las redes sociales, ya que ha encontrado el espacio perfecto para expresar y compartir sus ideas y opiniones sin ningún tipo de restricción, por lo que se ha convertido en parte importante de la vida cotidiana de la gente.

Con la decadente importancia y poca credibilidad que los ciudadanos daban al ámbito político, las redes sociales se convirtieron en el mejor aliado para los partidos políticos para recuperar aquel espacio perdido. Se ha visto como una necesidad introducir la comunicación política en las redes sociales con el propósito de fomentar un acercamiento más personal y participativo entre el poder y una ciudadanía ansiosa de participar y de ser tomada en cuenta para construir una nueva sociedad.

Los profesionales de relaciones públicas como responsables de crear acciones de comunicación estratégicas para las organizaciones, en este caso de carácter político, deben estar en constante actualización sobre los nuevos medios para difundir información, dando paso a la participación en las redes sociales de los personajes políticos o movimientos políticos, con el fin de crear relaciones más cercanas entre el poder y la ciudadanía.

Las nuevas TICs, han obligado a los profesionales de las relaciones públicas a rediseñar las acciones de comunicación estratégicas para dirigirse a sus públicos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

y obtener los resultados esperados por la organización para quien trabaja, dando paso a las Relaciones Públicas 2.0.

En el capítulo I, se habla sobre la transformación que ha tenido la sociedad con la aparición de las redes sociales, de manera particular en el establecimiento de las relaciones y en el desarrollo de las actividades cotidianas. También se analiza el papel de los medios de comunicación tradicionales frente a los nuevos medios digitales, y las ventajas y desventajas de las redes sociales.

En el capítulo II, se habla sobre la presencia de la política en las redes sociales; cómo estas se han convertido en indispensables para generar una comunicación política participativa, democrática y confiable. Se describe la aparición de la Política 2.0, que convierte la comunicación política pasiva y unidireccional en una comunicación interactiva y bidireccional.

En el capítulo III, se desarrollan temas relacionados con la importancia del uso de las redes sociales en el ámbito de las Relaciones Públicas y como éstas han modificado el ejercicio profesional al incorporar el campo digital. Se describe los diferentes tipos de redes sociales que se encuentran en internet de manera especial Facebook y Twitter, por ser las de mayor uso en el ámbito político.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

CAPITULO I



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

1. REDES SOCIALES Y SOCIEDAD

La evolución tecnológica ha generado que en la sociedad se produzcan grandes cambios y con ello nuevas formas de organización social. Estos cambios se han producido esencialmente por la aparición de nuevos medios tecnológicos para crear y difundir información. La manera de informar y la forma de comunicar se están digitalizando en muchos sectores de la sociedad.

Los medios de comunicación digitales permiten la inmediatez en la comunicación; es decir, toda la información compartida en internet es conocida rápidamente por un número infinito de usuarios simultáneamente, atravesando grandes distancias. Asimismo se produce una retroalimentación instantánea e interactiva desde cualquier lugar del mundo.

Se habla de la sociedad 2.0¹. Ésta hace referencia a una sociedad participativa, que crea contenidos, intercambie experiencias, produzca opiniones, que sea parte activa en la producción de información, teniendo como fin la interacción entre individuos, generando y fortaleciendo una nueva forma de comunicación en las redes sociales.

Internet se ha configurado como un espacio o escenario en donde las personas se comunican, se relacionan e interactúan. Se ha convertido en una valiosa herramienta de solidaridad y de participación que, además, anuncia nuevas formas de vivir en democracia. (Fernández y Paniagua, p13)

Al hablar de los adelantos del internet y de redes sociales, conlleva hablar de una evolución no sólo tecnológica sino también social, dando lugar a un ciudadano digital, que siente la necesidad de estar conectado e informado, quien no puede estar aislado de un computador, teléfono móvil u otros dispositivos.

¹ La expresión "2.0" emana de las webs y es aplicable como adjetivo a otro sinfín de cosas, significando un valor añadido, a través de la interactividad, *Caldevilla 2010*



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Las redes sociales se han convertido en espacios idóneos para que los individuos de una sociedad sientan la libertad de expresar sus opiniones sin temor a la censura y con la certeza de que se publica exactamente lo que se escribe, convirtiéndose así en un escenario de debate público y de participación para el ciudadano deseoso de ser tomado en cuenta para la construcción de una nueva sociedad.

Las redes sociales han fomentado la participación ciudadana, en espacios que antes no tenían acceso como es la política, en la cual el vínculo más cercano era el día de sufragar, mientras que en la actualidad existe acercamientos entre los poderes del Estado y la ciudadanía, los cuales se han dado mediante la comunicación virtual, facilitando el diálogo y fomentando la participación social.

En el ámbito político son cada vez más las personas, partidos y movimientos políticos que participan de las redes sociales para comunicarse con los ciudadanos. Ésto es resultado del gran crecimiento que ha tenido la red dentro de la sociedad, por lo que se ha visto la obligación de introducir la comunicación política en las redes sociales, convirtiéndose así en nuevas formas de relacionarse y socializar con individuos, dando apertura a una comunicación horizontal, sin jerarquías, que permite que exista informalidad en el momento de transmitir mensajes, teniendo como resultado mayor participación de la sociedad, especialmente de grupos que antes no tenían interés en temas políticos.

Los nuevos medios de comunicación, se han convertido en medios tan poderosos dentro de la sociedad que hay que tomar precauciones al momento de ser parte de ellas. Las redes sociales son medios universales, por lo que todos sus usuarios ya sean personas particulares, empresas, organizaciones, personajes públicos, partidos y movimientos políticos deben usarlas con responsabilidad al momento de publicar, comentar e informar.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

1.1. Concepto de Redes Sociales

Se ha denominado como redes sociales a plataformas digitales o páginas de internet que permiten registrarse a personas, que se convierten luego en usuarios, permitiéndoles interactuar, compartir contenidos, crear grupos de intereses afines, creando amistades, abriendo un mundo sin fronteras para comunicarse con una infinidad de personas en cualquier lugar que se encuentre, siempre que los usuarios dispongan de una computadora o un dispositivo tecnológico que facilite el acceso a internet y a las redes sociales.

Las redes sociales en sus inicios se crearon con el objetivo de facilitar a las personas a encontrar a otras con quienes se había perdido contacto. En la actualidad se han convertido en plataformas de comunicación que han revolucionado la forma de informar e informarse. Con la transformación tecnológica, las redes sociales en el internet se han convertido en el medio más usado por individuos y organizaciones, medios que permiten publicar y compartir retroalimentación inmediata.

En las redes sociales los usuarios tienen la posibilidad de conectarse con otras personas aunque no se conozcan directamente. Es un medio de comunicación que se va construyendo con lo que cada usuario publica en la red, conocidas también como redes ciudadanas, en donde los individuos de una sociedad pueden opinar en temas de interés social, teniendo completo control de la información a difundir.

1.2. Redes Sociales y Medios Tradicionales

Con la evolución de la tecnología han evolucionado también los medios de comunicación y las formas de transmitir información. El progreso del internet ha dado lugar a la aparición de las redes sociales, convirtiéndose en un medio de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

comunicación fuerte e indispensable además de los medios tradicionales ya existentes.

La necesidad de mantenerse comunicado ha hecho que las redes sociales vayan posicionándose cada vez más en la vida cotidiana de las personas, por lo que también han evolucionado las maneras de acceder a éstas, no solo mediante un computador sino a través de otros dispositivos digitales que hacen que las personas estén conectadas e informadas en todo momento y en cualquier lugar.

La Web 2.0² ha supuesto un cambio estructural en el proceso comunicativo. Los roles de emisor y receptor se han modificado ya que la interacción que se da entre ambos no es lineal ni unidireccional sino que ha cambiado hacia la multidireccionalidad. Es decir, las figuras del emisor y del receptor quedan difuminadas y llegan a confundirse de manera que cualquiera de los dos puede adoptar el rol del otro, dando lugar a una comunicación construida entre todos. . (Fernández y Paniagua, p. 3)

No cabe duda que los adelantos tecnológicos han cambiado la forma de comunicarse y de generar información dentro de una sociedad, pero no se puede restar importancia a los medios tradicionales que todavía son indispensables para la transmisión de información de masas; pero es importante que dichos medios encuentren alternativas que cambien el concepto y el rol de simples transmisores.

Los cambios que se han dado a lo largo de los años han dado como resultado la aparición de nuevos canales de comunicación, lo que ha propiciado que los medios tradicionales sientan la necesidad de innovar y decidan ser parte del internet y las redes sociales, haciendo uso de las diversas herramientas que están a su alcance; de esta forma termina el sistema tradicional de comunicación unidireccional y da paso a procesos comunicativos de participación e interacción, poniendo al alcance mayor cantidad de información a una audiencia universal en menor tiempo.

² La Web 2.0 constituye un escenario donde las redes sociales suponen su máxima expresión, configurando una de sus herramientas características. Redes que conforman comunidades virtuales que interconectan a los usuarios y los dotan de información en tiempo real. *Fernández y Paniagua, 2012.*



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Los medios de comunicación tradicionales ya no son la única fuente de información, ahora las personas pueden buscar sus propios canales para informar y ser informados, gracias a múltiples aplicaciones que tienen a su disposición. Los nuevos canales de comunicación no sustituyen a los medios de comunicación tradicionales, los complementan. Esta fusión dará lugar a una comunicación eficaz, interactiva, convirtiendo a una sociedad más activa y participativa.

1.3. Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales para la Comunicación.

Las redes sociales se han convertido en medios de fácil acceso, que facilitan y universalizan la información de forma inmediata, por lo que se han convertido en herramientas indispensables para la comunicación. Éstos medios brindan gran cantidad de beneficios que muchas veces hacen que no se tome en cuenta las desventajas que pueden existir al ser parte de una red social.

Las redes sociales permiten que la información llegue a millones de personas en todo el mundo al mismo tiempo. Facilita una retroalimentación y actualización de información inmediata dentro del proceso de comunicación. Es un medio en el cual se comparte cantidades ilimitadas de información a grandes audiencias en corto tiempo.

Una de las grandes ventajas que tiene el internet y el uso de redes sociales es que permite combinar e integrar varios formatos de información tales como texto, audio, vídeo, fotografías, etc. a los que el usuario tiene acceso.

Internet y las Redes Sociales ofrecen un sinfín de posibilidades para empresas y organizaciones de todo tipo, sobre todo, para que éstas afiancen su posicionamiento en el mercado, consiguiendo ventajas competitivas respecto a sus competidores o adversarios. Empresas, instituciones, organizaciones y partidos políticos son conscientes de la relevancia que los usuarios otorgan a su participación on-line. (Fernández y Paniagua, p. 5)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Las ventajas que proporcionan las redes sociales para facilitar la comunicación y el flujo de información son valiosas; sin embargo se deben tomar en cuenta las desventajas que pueden haber en estas plataformas.

Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación poderoso al cual puede acceder fácilmente cualquier persona, empresa u organización sin ningún tipo de restricción, lo que permite publicar libremente información que puede llegar a ser falsa. La difusión irresponsable de mensajes maliciosos constituyen una amenaza ya que se difunde con gran inmediatez que resulta imposible controlar su propagación. Esto puede producirse entre personas, empresas, organizaciones, partidos políticos, con el objetivo de dañar la imagen de otras personas o desprestigiar a la competencia.

Otro de los grandes peligros es la suplantación de identidad. Cualquier persona puede tomar un nombre ajeno y hacerse pasar por ella. Estos casos, en su mayoría, se presentan con personajes públicos. Nadie está exento de sufrir una suplantación o extorsión mediante redes sociales en vista de que las políticas de privacidad todavía son débiles, lo que facilita que la información personal de los usuarios llegue a personas equivocadas.

Las personas que forman parte de las redes sociales, deben tener presente que éstas son un medio que facilita la comunicación y las relaciones sociales; pero a la vez, deben ser conscientes que cualquier información que se publique hay que hacerlo con responsabilidad y precaución.

1.4. Impacto de las Redes Sociales en la Sociedad.

El impacto que ha tenido el desarrollo de las tecnologías de información tanto en el ámbito social como en el progreso de las organizaciones está rebasando la capacidad para asimilar los cambios que conlleva la incorporación de la tecnología a la vida cotidiana, tanto laboral como familiar.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Los avances tecnológicos han dado cabida a la aparición de nuevas formas de relacionarse dentro de la sociedad. Una de las tendencias que ha crecido de manera sorprendente es el uso de redes sociales, hecho que ha transformado todos los ámbitos sociales convirtiéndose en indispensables para cumplir diversas actividades.

La convergencia tecnológica ha generado grandes cambios en los sectores sociales ya sea en centros educativos, en la familia o dentro del ambiente laboral en donde ya se presentan otras posibilidades de interactuar y de estar conectados al mismo tiempo pero en diferentes lugares. Las redes sociales ya no son solo espacios de entretenimiento, actualmente son los medios de comunicación más utilizados para informar y estar informado.

El hecho de que ya no es necesario que las personas estén reunidas físicamente para interactuar, plasma la creciente importancia que ha tenido la Internet en todos los ámbitos, dando apertura a que se genere una comunicación virtual y desvalorizando a la interacción humana.

Cada vez hay más personas que se integran a las relaciones sociales en internet constituyéndose en otra forma de compartir intereses, problemas, necesidades, formas de pensar, etc.

El hombre por naturaleza es social, por lo que las redes sociales se convierten en el escenario adecuado para satisfacer la necesidad de intercambio social, teniendo en cuenta que, en la actualidad, las redes sociales se han convertido en el principal de medio de interacción.

En el mundo de hoy, ya sea para una persona, empresa u organización, poder acceder a las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) es un requisito importante para participar de una sociedad cada vez más dependiente de la tecnología. Las TIC serán un elemento dinamizador fundamental en la sociedad. Por consiguiente, quienes, individual y colectivamente, logren desarrollar la infraestructura y las capacidades para



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

utilizarlas serán privilegiados, tendrán mayor capacidad de decisión e influirán en la construcción de la sociedad del conocimiento.(Tello, p6)

Las redes sociales se han convertido en parte esencial de la vida cotidiana de los individuos, la necesidad de estar conectado, informado, incluso obligado a participar en ellas, ya que todas nuestras actividades ya sea académica, laboral y familiar, de una u otra manera, están ligadas a internet y a las redes sociales.

Tomando en cuenta el lugar tan importante que internet y las redes sociales han ocupado dentro de una sociedad para la ejecución de diferentes actividades, no puede estar excluida la comunicación política, por lo que es necesario que exista una buena planificación en medios digitales para que la información tenga éxito. No basta con abrir un perfil en varias redes sociales y aumentar el número de amigos constantemente si es que no se aprovechan todas las herramientas comunicativas. La multitud de herramientas que internet tiene para difundir mensajes de manera fácil y efectiva son ilimitadas. La posibilidad de utilizar diferentes formatos como imágenes, videos, audio, texto y esencialmente utilizar la opción de interactuar y personalizar el mensaje permite que los procesos comunicativos sean mucho más efectivos que otros para hacer llegar un determinado contenido informativo.

Las redes sociales constituyen una gran una oportunidad para los políticos ya que pueden darse a conocer y a su vez conocen en primera persona y de forma simple lo que opinan los electores de sus decisiones políticas, además de tener libertad de expresar sus ideas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

CAPITULO

II



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

2. REDES SOCIALES Y POLITICA

Internet se ha convertido en una nueva fuente de información y de expresión, medio que ha proporcionado al ámbito político una forma económica de comunicarse con la sociedad y en todo el mundo. Se puede decir que ningún otro medio de comunicación ha tenido una capacidad de penetración tan rápida como lo ha tenido Internet, medio que está cambiando la forma de hacer política.

Los partidos políticos han encontrado en las redes sociales un importante espacio para servir mejor al interés de sus públicos y para poder llegar con mayor facilidad a los mismos y permitiéndoles un contacto casi permanente con sus públicos.

Queda cada vez más claro que las redes sociales se han convertido en elementos poderosos para fomentar una comunicación participativa y un diálogo abierto entre los ciudadanos y el poder, dando como resultado una comunicación construida por todos y permitiendo a los individuos a participar en el proceso de cambio social.

El uso de internet y la participación en las redes sociales se han convertido prácticamente en imprescindible para las organizaciones, sea cual sea su actividad dentro de la sociedad. En el caso de las organizaciones políticas, las redes sociales se han convertido en medios que permiten un proceso de diálogo en igualdad de condiciones, así como la oportunidad de transmitir mensajes a una amplia audiencia.

“Las redes sociales se convierten en instrumentos muy eficaces para potenciar las ventajas de las organizaciones en el nicho de mercado en el que operan (sea político, social, económico, educativo,...), permitiéndoles un contacto casi permanente con sus públicos a unos costes muy reducidos.” (Fernández y Paniagua, p. 5)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Estas nuevas herramientas de comunicación han producido cambios notables que han generado no sólo una revolución tecnológica sino también social, cambios que han dado apertura a que se produzcan acercamientos entre los ciudadanos y quienes tienen el poder, creando espacios en donde pueden comentar de la actualidad, debatir sobre temas de interés y de lo que pasa en ese instante sin que existe ningún tipo de jerarquía.

Los partidos políticos a través de las redes sociales pueden compartir, conversar, escuchar, reducir el tiempo de espera y crear una relación más directa con el ciudadano. Éstas son algunas de las ventajas y razones por las cuales actualmente hay bastante comunicación política en la red. La indiscutible importancia que tienen las redes sociales en la vida de las personas ha obligado a los personajes políticos y organizaciones políticas poseer cuentas oficiales y perfiles en la red.

El poder que han adquirido las redes sociales como canal de comunicación ha establecido un cambio radical en la forma en la que los partidos políticos comunican sus mensajes e interactúan con sus seguidores; sin embargo no siempre aprovechan las herramientas que ofrecen las redes sociales y que no tienen el resto de canales de comunicación tradicionales.

Generalmente los partidos políticos se limitan a utilizar estos medios como simples distribuidores de propaganda, lo cual no está del todo mal, pero hace falta que vean a las redes sociales como lo que son, un canal de comunicación, y no como una forma de aumentar el número de seguidores y medir su popularidad. No es lo mismo tener seguidores que establecer contacto y poder conversar.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

2.1. Calidad de Información difundida en las Redes Sociales

Los contenidos de los mensajes y la calidad de la información de los mismos es indiscutiblemente importante para que la comunicación tenga éxito. No es simplemente escribir en las redes sociales y publicar para que los demás lean. Hay que saber qué tipo de información es la adecuada para ser compartida ya que se debe tener presente que toda la información que se publica en la red es vista por gente de todo el mundo.

Es fundamental que la comunicación política en las redes sociales sea manejada por profesionales de las Relaciones Públicas, como responsables de crear acciones de comunicación estratégicas para las organizaciones y quienes deben estar en constante actualización sobre los nuevos medios para difundir información, dando paso a la participación en las redes sociales de los personajes y partidos políticos a través de una comunicación coherente y claramente definida, para tener aceptación y evitar posibles baches en la comunicación.

El área de las relaciones públicas actualmente incluye las redes sociales en sus planes de estrategias comunicacionales como acción indispensable de difusión e interacción, permitiendo generar una comunicación directa y de confianza entre los políticos y el ciudadano. De esta manera las relaciones públicas pueden cumplir con el objetivo de persuadir y ganar la aceptación del sus públicos.

Debe tomarse en consideración que participar en las redes sociales no asegura éxito o aceptación, sobre todo, si no se usa correctamente todas las herramientas que proporciona la red. Los profesionales de relaciones públicas deben estar vigilantes para que las organizaciones a quienes asesoran les den el uso correcto. De esto dependerá también el éxito de un plan de comunicación.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

“El entorno participativo en sí mismo no es signo de éxito político. Hace falta aunar una buena planificación de medios y una buena gestión de estos para obtener resultados satisfactorios. No basta con abrir un perfil en un par de redes sociales y dedicarse a recolectar amigos (yo quiero tener un millón de amigos...) como si de hortalizas se tratara. Cada red social tiene unas pautas de conducta y una forma de comunicación propia y es necesario conocerlas, comprenderlas y ejecutarlas para poder sacar provecho de estas herramientas comunicativas..... “(Domínguez 35)

Las redes sociales son herramientas de comunicación poderosas donde todos tienen libre acceso y donde existe total libertad para publicar información que puede ser vista por un número infinito de personas, por lo que es muy importante que la comunicación política sea manejada con gran responsabilidad y por quienes tienen los conocimientos necesarios para llevar una comunicación digital. La participación de la política en las redes sociales es un hecho positivo desde el punto de vista que se incluye a los ciudadanos en la participación política y social; sin embargo se debe tener precaución cuando éstos medios son utilizados para incentivar o convocar a una sociedad a organizar protestas o alterar el orden público, ya que éstas son plataformas digitales de comunicación que dan poder al usuario para generar contenidos y compartir cualquier tipo de información a través de sus perfiles, sean estos públicos o privados.

Por último, la comunicación política que se vaya generando en las redes sociales debe ser continua y de calidad. De esta manera se puede conseguir credibilidad y confianza de los seguidores, pero si se han creado perfiles en las redes y éstas son cuentas abandonadas, entonces no se están aprovechando las posibilidades de esta potente red social.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

2.2. Uso actual de las Redes Sociales en la Comunicación Política.

El crecimiento vertiginoso de las redes sociales ha generado que organizaciones políticas recurran a estos nuevos medios de comunicación para aprovechar el potencial de estas herramientas, con el objetivo de crear y mantener nuevos canales de comunicación y contacto con los usuarios.

En el ambiente político, es importante recurrir a todo tipo de estrategias de comunicación que fomenten y fortalezcan relaciones con los ciudadanos. En muchas ocasiones estos medios son utilizados como herramientas de propaganda e incluso utilizados como campo para desacreditar a otros dirigentes o partidos políticos.

Las redes sociales se han convertido en herramientas fundamentales para que la comunicación política tenga gran impacto sobre la opinión pública, ya que estas herramientas de comunicación han dado apertura a que se establezca una comunicación participativa, haciendo que el ciudadano sienta que es tomado en cuenta y que su opinión es importante dentro de la sociedad, cambiando en ellos la idea de que los políticos se interesan en la gente solo cuando les interesa su voto.

Los partidos políticos han visto cómo su popularidad descendía de forma alarmante debido a la poca credibilidad que tenían frente a los ciudadanos; es por ello que, con el fin de contrarrestar los bajos índices de popularidad, las redes sociales se han convertido en un punto clave para intentar establecer nuevas estrategias de comunicación que promuevan y cambien la mala imagen que la ciudadanía tiene sobre el poder político, es por ello que la presencia política ha tomado fuerza en la red.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Con los nuevos medios de comunicación digitales, se puede decir que se crea una nueva forma de construir una sociedad, en donde el poder y el ciudadano aportan de forma conjunta y trabajan de manera democrática por un cambio social, en donde todos sean favorecidos y tomados en cuenta para mejorar la sociedad.

“En cuanto a las expectativas asociadas a la democracia, se habla de una nueva relación política con los ciudadanos, como la posibilidad de participar en el diseño de políticas públicas, poder comunicarse directamente con autoridades, generar reclamos y fiscalizar la labor pública, entre otros. De allí las denominaciones de «gobierno electrónico» y «democracia electrónica» para referirse a los impactos de la incorporación de internet en los respectivos ámbitos.” (Araya, p 62.)

El uso de las nuevas tecnologías de comunicación se ha convertido en indispensable para crear comunicación política, ya que el uso de éstas ha constituido una verdadera revolución comunicativa al permitir que los ciudadanos puedan participar activamente en la red a través de medios gratuitos y de fácil acceso para transmitir mensajes. Los individuos de una sociedad han dejado de ser simples receptores de información y se han convertido en emisores y productores de contenidos que contribuyen en la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones públicas.

2.3. Redes Sociales y Política 2.0

Internet y las redes sociales han transformado de forma increíble la manera en que nos comunicamos y vinculamos en la sociedad. Por lo que los distintos actores políticos han visto la necesidad de incorporar su participación en la red convirtiéndose en una herramienta fundamental para la actividad política.

Los adelantos tecnológicos han significado grandes cambios en la forma de hacer política. Ahora el político ya no llega al ciudadano a través de un medio sino que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

lo hace directamente y por consecuencia ha cambiado también la comunicación política, dando paso a una sociedad donde los ciudadanos pueden contribuir a mejorar la labor de las instituciones públicas.

El concepto de política 2.0 va más allá del ámbito tecnológico para referirse a una nueva forma de entender las relaciones entre el poder político y los ciudadanos. Hay que tomar en cuenta también que ha surgido un nuevo ciudadano, interesado en una participación política activa y dispuesto a levantar su voz para protestar y ser parte fundamental de un cambio social y político.

Las redes sociales constituyen la mejor herramienta para que los ciudadanos puedan expresarse sin ningún tipo de censura y sintiéndose con la confianza de que lo publicado llegará a todos los usuarios de la red, y con la certeza de que sus mensajes serán tomados en cuenta y crearán reacciones de otros ciudadanos que compartan los mismos ideales.

Las redes sociales se están constituyendo en plataformas que permiten a las personas organizarse y formar movimientos para provocar los cambios que los políticos no han llevando a cabo, acciones que han despertado el interés de los partidos políticos por generar comunicación política en las redes sociales y así volver a ganarse la voluntad ciudadana.

Al ser conscientes de la potente herramienta que significan las redes sociales para la comunicación política, la política 2.0 debe ser una nueva forma de acercarse a la ciudadanía y así poder conocer de manera directa las demandas ciudadanas. De esta forma los políticos deberán personalizar sus discursos y no continuar con los clásicos discursos dirigidos a las masas. Asimismo, los perfiles de políticos deben constituirse en el medio primordial para comunicarse con los ciudadanos y no en un medio para conseguir sus objetivos políticos y luego de conseguirlos cerrarlos porque esto tendría como resultado que los ciudadanos se sientan defraudados y los políticos pierdan credibilidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

La manera de hacer política a través de los medios tradicionales en donde existía una comunicación sin retroalimentación y donde el ciudadano era solo receptor del mensaje, se transforma a una nueva forma de hacer política donde todas las partes que se ponen en comunicación se sitúan en igualdad, sin jerarquías, y con un intercambio continuo de ser emisor y receptor al mismo tiempo, transformándose en procesos comunicativos interactivos.

El escenario perfecto para que surja y se denomine política 2.0, son internet y las redes sociales, medios en donde la interactividad y la comunicación en tiempo real son sus actividades principales.

La política 2.0 tiene como objetivo la comunicación bidireccional, donde las estrategias comunicacionales estén enfocadas a establecer conversaciones y por otro lado fomentar la interactividad y retroalimentación de los ciudadanos con el poder político.

“.....Los gobiernos están cambiando no solo en términos de la gestión interna, sino además en la manera de relacionarse con los ciudadanos. Los distintos actores políticos se ven presionados a modernizar sus estructuras, poner abiertamente a disposición la información que poseen y abrir canales participativos. Por otro lado, los ciudadanos utilizan crecientemente las nuevas tecnologías para movilizar voluntades, ejercer presión, instalar temas y legitimar voces disidentes en las agendas nacionales e internacionales. Constatamos que el uso de internet aumenta las capacidades operativas de los ciudadanos. Permite movilizaciones y despliegue de recursos políticos con mayor facilidad y alcance.” (Araya, p 70)

Las redes sociales se convirtieron en la solución de los partidos políticos para detener la imagen decadente y el desinterés que tenía la ciudadanía hacia la política, por lo que estos medios digitales son relevantes para la comunicación política y para generar una sociedad participativa.

Con la aparición de la política 2.0, podemos decir que se democratiza el papel del ciudadano en la sociedad como parte activa y aportadora del cambio social. Igualmente comienza a cambiar la idea de un político frío y déspota, por políticos humanistas, que se preocupan por las necesidades de los ciudadanos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Las redes sociales son una valiosa herramienta de solidaridad y de participación que, aportan a nuevas formas de vivir en democracia, y da paso a la aparición del ciudadano digital, quien da gran importancia en su vida cotidiana a la participación en internet. Las tecnologías de información ofrecen nuevas oportunidades de conectar a los ciudadanos con sus representantes, favoreciendo la comprensión mutua y el fortalecimiento de la democracia y la participación ciudadana.

El uso de las redes sociales para generar comunicación política, permite a sus usuarios ser consumidores y productores de información, creando ciudadanos con las capacidades para generar sus propios contenidos y medios de comunicación. Democratizando el acceso libre a la información y producción de contenidos, ya que éstas son herramientas que facilitan la creación de información de forma sencilla y accesible.

Con todas las características antes mencionadas podemos decir que los avances tecnológicos han dado paso a que surja la política 2.0 donde su principal objetivo es generar interacción entre el poder político y los individuos que conforman una sociedad; de esta manera se fomenta la participación ciudadana en áreas donde antes no eran tomados en cuenta y cambia la idea de hacer y ser político.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

CAPITULO

III



3. IMPORTANCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES

En la sociedad actual, ser parte de las redes sociales constituye una manera fundamental para relacionarse, ya sea una persona, empresa u organización. Hacer uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones (TICs) son un requisito primordial para participar de una sociedad cada vez más dependiente de la tecnología. Las TICs se han constituido en un elemento importante en la sociedad, por lo que quienes formen parte de éstas, tendrán mayor participación e influirán en la construcción de una nueva sociedad.

Una de las TICs³ que ha recibido mayor atención en los últimos tiempos es Internet, que se ha convertido en un instrumento esencial para cualquier actividad, sea educativa, empresarial, profesional, política, etc. Para el ámbito político se ha convertido en una herramienta fundamental para incentivar a la participación ciudadana a través de las redes sociales.

Las redes sociales se han convertido en el espacio perfecto para que surja una nueva democracia, donde los ciudadanos pueden desarrollar su derecho a expresar sus opiniones, las cuales deben ser tomadas en cuenta por los políticos al momento de tomar decisiones, caso contrario perderían su confianza y no se estaría dando el uso correcto de las redes sociales como medio de retroalimentación inmediata.

³ Las tecnologías de información y comunicación (TICs) es un término que contempla toda forma de tecnología usada para crear, almacenar, intercambiar y procesar información en sus varias formas, tales como datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y otras formas, incluyendo aquellas aún no concebidas. En particular, las TICs están íntimamente relacionadas con computadoras, software y telecomunicaciones. Su objetivo principal es la mejora y el soporte a los procesos de operación y negocios para incrementar la competitividad y productividad de las personas y organizaciones en el tratamiento de cualquier tipo de información. (Tello, 2008)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

En la actualidad, los partidos políticos, deben estar convencidos que participar en redes sociales es de gran importancia para conseguir sus metas y tener éxito; es necesario que los políticos tomen seriamente su participación en las redes sociales ya que se puede llegar a más gente si se desarrolla un espacio más activo que el actual, permitiendo a la población participar y aportar y tomando en cuenta que éstos medios son masivos y tienen gran influencia, beneficios que deben ser explotados para el desarrollo social.

El uso de las redes sociales en la política, ha logrado que se reduzca la lejanía que antes existía entre quienes tenían el poder y los ciudadanos; de igual forma existe la percepción de que ahora se conoce más la parte humana de quienes están o aspiran el poder.

Es importante destacar cómo las redes sociales han cambiado la forma de hacer política y de generar comunicación política; pero todavía faltan cambios profundos, pues aún estos medios son utilizados por los políticos como un espacio para difundir información, y no como una opción para que los ciudadanos participen y aporten opiniones.

Introducir la comunicación política en redes sociales como Facebook y Twitter, ha causado que cambie drásticamente la clásica comunicación unidireccional, en donde los políticos transmitían largos y cansados discursos que llegaban a los ciudadanos a través de los medios tradicionales, los cuales no permitían retroalimentación y donde el ciudadano era actor pasivo, que solo escuchaba e interpretaba el mensaje.

“Las nuevas herramientas de comunicación que ha puesto sobre la mesa Internet permiten romper estas barreras, puesto que los políticos pueden dirigirse directamente a un gran número de personas sin tener que contar con los periodistas como intermediadores. El mensaje es emitido directamente por el político y llega sin ningún tipo de filtro hasta el ciudadano.” (Rodríguez y Ureña, p 5)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Actualmente con estas redes sociales se han transformado en mensajes cortos, claros y concisos, y con la gran ventaja que los políticos pueden saber a segundos de la publicación de la información lo que los ciudadanos opinan acerca de lo transmitido, convirtiéndose en un beneficio ya que el poder puede conocer lo que la gente piensa acerca de sus labores y le facilita saber las verdaderas necesidades que su pueblo tiene.

Los partidos políticos y cada uno de los actores políticos que quieren ser y que son parte de las redes sociales deben ser conscientes de que estas plataformas no son únicamente medios para hacer propaganda sino que son medios de comunicación tan poderosos, que la clave para que haya éxito comunicativo está en mantener una actitud dialogante en todo momento con los usuarios. La red social no puede ser vista por los políticos como la forma para que los demás le sigan, sino que debe ser interpretada como un espacio para que los usuarios se manifiesten como participantes activos para la construcción de una comunicación política democrática y constructiva a través de un diálogo abierto y un intercambio de ideas y conocimientos.

Las redes sociales no solo son un beneficio para los partidos políticos para informar a la ciudadanía, ni para que estén informados ellos mismo mediante Internet, sino el de informarse interactivamente; es decir, mediante el intercambio mutuo de datos, mensajes, contenidos, experiencias, ideas entre todos los participantes.

3.1. Relaciones Públicas 2.0 y Redes Sociales

Se define a las Relaciones Públicas como el conjunto de acciones estratégicas de comunicación que permiten fomentar y fortalecer las relaciones entre la empresa u organización y sus públicos internos y externos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

“Las RR.PP son un conjunto de actividades necesarias para crear o mejorar la comunicación entre la organización y sus públicos, para que éstos promuevan el entendimiento entre ambos y su participación en el desarrollo recíproco y comunitario. Se trata de la disciplina mediante la cual se analiza la opinión y actitud de los públicos de una organización y se lleva a cabo un programa sistemático de acción y de comunicación, basado en el interés de la comunidad y destinado a crear o mantener la solidaridad de los públicos con la organización para promover el desarrollo recíproco. Interviniendo directamente en la creación de la imagen corporativa.” (Silva y Zambrano, p. 91),

Debido a la convergencia tecnológica, es importante que los profesionales de las Relaciones Públicas redefinan su papel dentro de este nuevo escenario para la comunicación e información, llamada redes sociales. Estos nuevos medios de comunicación se vuelven una ventaja para las Relaciones Públicas ya que permiten comunicar a sus públicos de una forma más personal sus mensajes. También se plantea una nueva forma de trabajo que exige a sus profesionales a repensar y rediseñar la forma en que sus estrategias deben ser ejecutadas

Las Relaciones Públicas 2.0, (se define así a la práctica de las Relaciones Públicas en el ámbito Web 2.0), nace con el desarrollo de las Relaciones Públicas tradicionales, pero en el ámbito tecnológico, sobre todo ahora que las personas dan gran importancia a la participación en redes sociales en su vida cotidiana. Es importante señalar que el trabajo de las Relaciones Públicas, no han cambiado; lo que ha cambiado es el contexto en el que se desarrolla, así como los medios utilizados para ejecutar su trabajo.

Según Silva y Elías (2011), el uso de Internet tiene tres consecuencias principales para las RR.PP:

- 1) Supera la mediación de los medios de comunicación tradicionales en el proceso comunicativo entre los emisores y los públicos.
- 2) La red se convierte en un mecanismo de comunicación, de información y de diálogo interactivo entre los públicos y los emisores de los sitios web, para así convertir los internautas en públicos informados y en públicos activos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

3) El diseño y la información contenida en los sitios web responden a la ansiada bidireccionalidad de las Relaciones Públicas en función del nivel de interactividad capaces de atraer.

Las Relaciones Públicas 2.0, es usar todas las nuevas tecnologías para ejecutar todas las acciones, estrategias, planes de comunicación y otras actividades de las relaciones públicas tradicionales con el fin de establecer un acercamiento y entendimiento entre la organización y sus públicos, estableciendo de esta manera un diálogo entre ellas.

Las Relaciones Públicas 2.0 utilizan las nuevas tecnologías para la distribución de mensajes, creación de contenidos y experiencias, así como nuevas formas de relación, comunicación e interacción, con el objetivo de favorecer a los intereses de las organizaciones sin despreocupar a sus públicos.

Las redes sociales ya no solo se usan para contactar a gente conocida, o encontrar a personas que no vemos hace mucho tiempo y necesitamos localizar, ahora han pasado a ser una herramienta fundamental para las empresas de todo tipo, organizaciones, instituciones, movimientos sociales y partidos políticos, etc. Dentro de nuestra sociedad se ha convertido en imprescindible tener actividad ya no solo en internet sino específicamente en las redes sociales como estrategia infaltable para conseguir sus propósitos.

Cada vez son más los partidos políticos que deciden crear sus perfiles en redes sociales, tales como Facebook y Twitter, para así llegar de manera más eficaz a los ciudadanos, además de tener la posibilidad de hacerlo de una manera más sectorizada. La web 2.0 y las redes sociales han cobrado una importancia indiscutible en la sociedad actual a nivel mundial. La mayoría de políticos tienen un perfil en alguna de estas redes sociales, lo cual seguramente les traerá beneficios.

Las Relaciones Públicas 2.0 trae grandes beneficios para la comunicación política generada a través, ya no de los medios tradicionales, sino ahora mediante medios



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

como las redes sociales, que brindan grandes beneficios para el éxito de las estrategias comunicacionales planteadas por los profesionales de esta área con el fin de involucrar a la ciudadanía y de crear aquel interés que ya no existía por parte de los ciudadanos hacia el ámbito político.

3.2. Tipos de Redes Sociales

Una red social es una plataforma a través de la cual se interrelacionan y donde se produce una interacción social entre a un conjunto de personas relacionadas a partir de afinidades, intereses, similitudes a nivel profesional, amistad o parentesco.

Entre los tipos de redes sociales, está la siguiente clasificación:

REDES SOCIALES HORIZONTALES: esta clase de red social no fue creada para alojar a un tipo específico de usuario o un tópico concreto. De modo contrario, permiten la libre participación de quien así lo desee, proporcionándole una herramienta para la interacción a nivel general. Ejemplo de este tipo de red social son Facebook y Twitter,

REDES SOCIALES VERTICALES: el término designa a aquellas redes dirigidas a un público determinado. Es decir, son especializadas. Las personas acuden a ellas debido a un interés en común. Se dividen en:

1. **PROFESIONALES:** su propósito se centra en establecer un nexo entre distintos profesionales. A través de las mismas es posible compartir información en torno a una especialidad concreta, originando relaciones laborales.
2. **VERTICALES DE OCIO:** tiene como finalidad reunir a usuarios que compartan actividades de esparcimiento tales como deportes, música, videojuegos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

3. VERTICALES MIXTAS: esta clase de red ofrece una fusión entre las dos anteriores, proporcionando al público un lugar concreto donde desarrollar actividades profesionales y personales.

En función del sujeto:

REDES SOCIALES HUMANAS: promueven la interacción entre individuos de acuerdo a sus gustos, intereses y actividades en general.

REDES SOCIALES DE CONTENIDO: el centro de interés reside en el contenido de aquello que se publica en la red. Es decir que las relaciones establecidas allí dependerán de los archivos a los que tengan acceso el resto de los usuarios. Una de las redes sociales más populares contenidas en esta clasificación es Flickr.

En función de la localización geográfica:

REDES SOCIALES SEDENTARIAS: se refiere a aquellas redes que se modifican de acuerdo a los contenidos publicados, las relaciones, eventos.

REDES SOCIALES NÓMADAS: de características similares a las redes sociales sedentarias, a las cuales se les suma un nuevo elemento basado en la ubicación geográfica del sujeto. En otras palabras, las redes sociales nómadas mutan de acuerdo a la cercanía existente entre los usuarios, los lugares visitados.

Luego de señalar algunos tipos de redes sociales que existen en internet y que están al alcance de cualquier persona, empresa, organización o partido político, tenemos que destacar que las redes sociales más usadas para generar comunicación política son las llamadas redes sociales horizontales, las cuales brindan ciertas ventajas para los partidos políticos, como son el establecer una comunicación directa y en tiempo real con un infinito número de usuarios; del mismo modo permite una libre participación y publicación de contenidos, convirtiéndose en herramientas básicas para comunicar e informar, partiendo de un punto clave que es la interacción entre todos sus usuarios.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

“...se puede decir que las redes sociales, y entre ellas Twitter de una forma especialmente destacada, han venido a “democratizar” las vías de comunicación entre los ciudadanos y los políticos. Antes, sólo los periodistas podían tener el privilegio de hablar con estos últimos y preguntarles. Ahora, esta posibilidad está al alcance de todos. Cualquier ciudadano puede controlar el trabajo de los políticos y plantearles críticas, sugerencias o dudas, algo que, sin duda, favorece la transparencia” (McNair, 2011, citado en Rodríguez y Ureña, p 5)

3.3. Uso de Facebook y Twitter para la Comunicación Política.

Años atrás, ni siquiera nos hubiésemos imaginado que redes sociales como Facebook o Twitter podrían llegar a tener tanta importancia dentro del internet y en la sociedad, como sucede en la actualidad. Estas nuevas tecnologías, dirigidas a fomentar la interacción, han tomado una importancia increíble a nivel mundial, que podemos decir que todas nuestras actividades están ligadas de una u otra forma con las redes sociales. Estas plataformas se han convertido en indispensables para desarrollar una nueva comunicación política, más democrática y participativa.

Los partidos políticos deben tener mucho cuidado al ser parte de una red social, ya que al ser estos medios de libre ingreso y uso, cualquier persona puede suplantar la identidad de otro y puede publicar información falsa con el propósito de desprestigiar o defraudar a los ciudadanos, o para contribuir a la desinformación de los usuarios y para destruir la imagen que los políticos realizan para construir una buena reputación y credibilidad frente a sus ciudadanos.

FACEBOOK

Facebook, es una red social creada inicialmente para estudiantes, un medio para mantenerse al día con sus amigos o compañeros compartiendo fotos, enlaces, videos, comentar y publicar comentarios sobre uno mismo y sobre lo que publican los demás, etc.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

La gente usa facebook, debido a las grandes ventajas que esta red proporciona para facilitar y agilizar la comunicación. Cualquier persona puede ser miembro de facebook, lo único que necesita es una dirección de correo electrónico y puede formar parte de ella. En cuanto a la privacidad, facebook tiene control sobre cómo el usuario quiere compartir la información y sobre quien puede verla, ya que la gente solo puede ver los perfiles de amigos confirmados o aceptados.

Facebook es una de las redes sociales más usadas para generar comunicación política, permite llegar directamente con información hacia las personas a quienes se desea transmitir el mensaje.

Esta red social permite que se desarrolle una comunicación más cercana y familiar entre los políticos y los ciudadanos. Usar esta red social beneficia al poder político ya que pueden llegar con mayor facilidad a un público que no se interesa tanto en la política como son los jóvenes, quienes son los mayores usuarios de esta red.

Facebook permite publicar grandes contenidos, sin límites de caracteres, lo cual facilita la libre expresión de mensajes con un lenguaje coloquial que permite ser entendido por los usuarios. Usar estas redes sociales da paso a que se produzca una comunicación informal, sin jerarquías y con mayor confianza entre los políticos y la gente.

Es importante destacar que al utilizar estas redes, se crea una comunicación constante y una retroalimentación inmediata, lo cual debe ser bien utilizado y tomado en cuenta por los políticos y no hacer de las redes sociales solo un contador de seguidores.

TWITTER

Esta red fue creada por Jack Dorsey y otros estudiantes de la Universidad de Cornell en Nueva York, en marzo de 2006 y lanzado en julio de ese mismo año.

Twitter es una aplicación gratuita de microblogging que reúne las ventajas de los blogs y las redes sociales. Esta nueva forma de comunicación, permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

mensajes breves de texto que se denominan tweets, ya que en esta red social el usuario decide a quien quiere seguir en el twitter.

Los usuarios envían y reciben actualizaciones de otros usuarios a través de breves mensajes que no deben superar los 140 caracteres, se puede ingresar a través de la web, teléfono móvil, mensajería instantánea o a través del correo electrónico. Twitter, es una fuente de información valiosa e inmediata. Basta con ingresar a la red para enterarse de las últimas noticias del mundo.

Twitter es utilizado por todo el mundo, celebridades, empresas, medios de comunicación, personas anónimas; y por todo tipo de razones: médicas, educativas, personales y políticas. Twitter favorece la democracia directa. Es un medio que acerca a los ciudadanos al poder.

El modelo comunicativo de Twitter es definido por Orihuela (2011:32-33) con diez características que dotan a la red de potencial y utilidad. Así, para este autor, Twitter es asimétrico, breve, descentralizado, global, hipertextual, intuitivo, multiplataforma, sincrónico, social y viral. Twitter, ha sustituido en gran proporción a los medios de comunicación tradicionales para el consumo de noticia por parte de la ciudadanía.

Twitter se ha convertido en la principal red social para generar comunicación política y con gran presencia de actores políticos. Esta red obliga a los políticos a ser breves y concisos con lo que quieren transmitir a la ciudadanía ya que esta red permite escribir solo 140 caracteres, lo cual cambia totalmente los grandes discursos políticos.

Twitter es un espacio donde la voz del ciudadano puede ser escuchada, y donde puede producirse el debate entre el poder y la ciudadanía. Los partidos políticos usan principalmente esta red social porque los actores políticos y gobiernos pueden compartir, conversar, escuchar, reducir el tiempo en la comunicación y puede crear una relación más directa con el ciudadano.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

“En Twitter, como en otras redes sociales, hay que estar bien porque, si no, es mejor no estar. “No basta con abrir un perfil y dedicarse a recolectar amigos”, recuerda Caldevilla (2009: 35). Hay que tener actividad, actualizar contenidos, responder a los ciudadanos, ser constantes en el tiempo... Por ejemplo, hay quien usa mucho estas redes antes de unas elecciones y luego no vuelve a hacerlo hasta las siguientes, lo que denota un claro interés “electoralista”.”(Rodríguez; Ureña, p 4)

Twitter resulta útil como un espacio informativo al servicio de la sociedad para enterarse de la actualidad, ya que ésta es directa, ágil e inmediata, constituye un espacio abierto para la libre expresión personal, para comentar la actualidad, y lo que pasa en ese instante.

Rodríguez y Ureña (2011) han elaborado un decálogo de las principales razones por las que entienden que los políticos deberían formar parte de Twitter.

- 1.- Twitter aporta una imagen de modernidad.
- 2.- Permite la conversación con el ciudadano.
- 3.- Los usuarios de Twitter son “líderes de opinión” en sus entornos.
- 4.- Es una herramienta de comunicación interna y genera continuidad.
- 5.- Twitter es el medio más pegado a la actualidad.
- 6.- Es una fuente de información para los periodistas y una vía para mejorar la relación con ellos.
- 7.- Ayuda a los políticos a pensar y hablar en “titulares” y, por tanto, a ser mejores portavoces.
- 8.- Humaniza a los políticos y aumenta la empatía hacia ellos.
- 9.- Es un termómetro social.
- 10.- ¿Ayuda a ganar elecciones?



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Twitter fomenta la comunicación participativa, entre los políticos y la ciudadanía, características que antes los medios tradicionales no proporcionaban y que ahora con las redes sociales son factores fundamentales de la comunicación.

Una de las grandes ventajas de Twitter, es favorecer la comunicación, el diálogo con los ciudadanos. La comunicación política tradicional consistía en que el partido político elaboraba sus mensajes y los difundían a través de los medios tradicionales. Este modelo era una comunicación preferentemente unidireccional, donde la audiencia escuchaba o leía los mensajes, pero sin tener la oportunidad de participar.

Twitter, al igual que otros medios de Internet, ha roto estas barreras al favorecer que la comunicación sea bidireccional y que se produzca un feedback entre el político y los ciudadanos que antes no existía o se daba ocasionalmente.

Twitter, como afirma Orihuela, “más allá de la tecnología, son las personas que lo utilizan, los mensajes que se comparten, las conversaciones que se mantienen y las relaciones que se establecen entre sus usuarios” (citado en Rodríguez y Ureña, p 4).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

CONCLUSIONES

Las redes sociales se han constituido en indispensables para realizar cualquier actividad de la vida cotidiana de los seres humanos, convirtiéndose en necesarias para establecer relaciones interpersonales y mantenerse comunicado e informado con el resto del mundo.

Las redes sociales se han convertido en medios claves para el ámbito político, para recuperar el espacio perdido dentro de la sociedad, debido a la mala práctica política, para involucrar a grupos pasivos a participar de la realidad política y para generar una comunicación política construida por todos, más democrática, donde el ciudadano tiene la libertad de opinar y la oportunidad de ser escuchado. El éxito de la comunicación política dependerá del buen uso de estas plataformas por parte de los políticos, de tal manera que este buen uso se verá reflejado en la credibilidad y aceptación del ciudadano hacia el poder.

Los profesionales de las Relaciones Públicas son quienes tienen los conocimientos necesarios para llevar a cabo las acciones estratégicas de comunicación, por lo que es importante que toda organización, empresa o partido político cuente con un profesional en la comunicación para entablar con éxito relaciones con todos sus públicos de interés.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

RECOMENDACIONES

Si bien es cierto que las redes sociales se han convertido en medios populares para transmitir información, es importante que todos los usuarios publiquen información veraz, con ética y responsabilidad.

Las redes sociales deben ser usadas por los actores políticos como una herramienta que promueva y fortalezca una comunicación participativa, confiable y directa entre los políticos y la ciudadanía y no como medio para contar el número de seguidores o amigos que tienen en la red.

Personas, empresas, organizaciones y partidos políticos que formen parte de las redes sociales deben hacer uso correcto de todas las normas de privacidad y seguridad que éstas proporcionen para evitar posibles suplantaciones, ya que hay que recordar que cualquier persona con acceso a internet y con un correo electrónico puede ser parte de las redes sociales.

Es importante que los partidos políticos aprovechen todas las herramientas que las redes sociales ponen a disposición de sus usuarios para lograr que la comunicación política tenga éxito. La posibilidad de tener una comunicación bidireccional con una retroalimentación constante e inmediata son beneficios que deben ser usados por los políticos y los ciudadanos con el objetivo de conseguir un cambio social que beneficie a todos.

Es obligación de los profesionales de las Relaciones Públicas estar en constante actualización de sus conocimientos en cuanto a las nuevas tecnologías de comunicación y de información, de esta forma brindarán los mejores servicios laborales y estarán a la vanguardia de las nuevas herramientas que facilitan el éxito del proceso comunicativo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

BIBLIOGRAFIA

Araya D, Rodrigo. «Internet, política y ciudadanía». Artículo aparecido en Nueva Sociedad 195, pp 56-71. Venezuela, enero-febrero 2005. Red. 19 de febrero de 2013.
<http://www.nuso.org/upload/articulos/3239_1.pdf>

Bonilla, Carlos. «LOS NUEVOS MEDIOS EN EL ARSENAL DEL RELACIONISTA». *RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*.n.70. México,2009. Red. 19 de febrero de 2013.
<http://www.razonypalabra.org.mx/Bonilla_revisado.pdf>

Caldevilla, David. «Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual», en *Documentación de las Ciencias de la Información* , vol. 33, pp 45-68. España, 2010. Red. 16 de mayo de 2013.
<<http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>>

Caldevilla, David. «La política se introduce en las redes sociales», en *Pensar la Publicidad*, Volumen III, número 2, pp 31-48. España, 2009. Red, 20 de febrero de 2013.
<<http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0909220031A/15218>>

Castillo, Antonio. «Introducción a las Relaciones Públicas».Ed. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP). España, 2010. Red. 19 de febrero de 2013.
<<http://webpersonal.uma.es/DE/ACASTILLOE/librorelacionespublicas.pdf>>

Campos F, Francisco. «Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, p 287-293. 2008.La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, Red. 14 de febrero 2013. http://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html

Cebrián, Mariano. «La Web 2.0 como red social de comunicación e Información». Universidad Complutense de Madrid. España, 2008. Red. 19 de febrero de 2013.
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_14/Sum/4-04.pdf>

Fernández, Matias. «Relaciones Públicas 2.0». *Razón y Palabra*, vol. 11, núm. 52, agosto-septiembre. México 2006. Red. 18 de febrero de 2013.
<<http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=199520719013>>

Fernández T. María J. Francisco J. Paniagua R.«EL PODER DE LAS REDES SOCIALES EN LA POLÍTICA Y EN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES» Mesa nº 23: “Gestión política, campañas y nuevas tecnologías”. España.2012. Red. 20 de marzo de 2013.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

<<http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/240-F500009ce2401342179790-ponencia-1.pdf>>

Franco A, Guillermina. García M, David «LOS EFECTOS DE LAS REDES CIUDADANAS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL DEL 9-M». ÁMBITOS. Nº 17. pp 25-36. España, 2008. Red. 20 de febrero de 2013.

<<http://grupo.us.es/grehcco/ambitos17/02Franco.pdf>>

Rodríguez, Roberto. Ureña, Daniel. «Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral ». *Comunicación y Pluralismo*, nº 10, pp. 89-115. España 2011. Red. 20 de marzo de 2013

<<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3883894>>

Sánchez R. Adriana. «Ventajas y Desventajas del uso de las Rede Sociales». Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México 2012. Red. 20 de marzo de 2013.

<<https://docs.google.com/document/d/1Qh08ZK-fQNL26Q8ihYT2xjOzCpP13dvSynD9C3O37sY/edit?pli=1>>

Silva R, Carmen. Elías Z, Rodrigo. «Relaciones Públicas 2.0 (y Educomunicación)¿De qué hablamos realmente? un acercamiento conceptual y estratégico?». Fonseca, Journal of Communication, n.3. pp. 72-96. España, 2011. Red. 20 de marzo de 2013.

<<http://fic.usal.es/index.php/sumario3/77-relacionespublicas20>>

Tello, Edgar. «Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México». *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 4, n.º 2. UOC. 2007. Red. 19 de febrero de 2013.

<<http://www.uoc.edu/rusc/4/2/dt/esp/tello.pdf>>

Vivar, Jesús Miguel Flores. «Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales." *Comunicar* 16.33. p 73-81. España. 2009. Red. 20 de marzo de 2013

<<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=33&articulo=33-2009-09>>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867