

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela De Ciencias De La Comunicación



**“Uso de Facebook en la Crisis Sociopolítica
Guatemalteca 2015”.**

Ingrid Adela Matias Montes

Guatemala, octubre 2016.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela De Ciencias De La Comunicación

**“Uso de Facebook en la Crisis
Sociopolítica Guatemalteca 2015”**

Trabajo de tesis presentado por

Ingrid Adela Matias Montes

Previo a optar al título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

M.A. Byron Rigoberto Chinchilla Castro
Asesor

Guatemala, octubre de 2016.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

M.A. Gustavo Adolfo Moran Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaité Machuca

Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

M.A. Byron Rigoberto Chinchilla Castro

Dra. Lesvia Margarita Morales Paz

Dr. Wangner Díaz Choscó

Lic. Byron Miguel García Morales

Lic. Jorge Ignacio Paz Ramírez

Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

394-16

Guatemala, 2 de noviembre de 2016
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No.068-2016

Licenciada
Ingrid Adela Matias Montes
Carné 9420093
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) Licenciada Matias


Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título: **"USO DE FACEBOOK EN LA CRISIS SOCIOPOLÍTICA GUATEMALTECA 2015"**, se emite la orden de impresión.


Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 07 de Mayo de 2015
Dictamen aprobación 72-15
Comisión de Tesis

Estudiante
Ingrid Adela Matias Montes
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Matias Montes** :

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.21 del punto 1 del acta 07-2015 de sesión celebrada el 07 de Mayo de 2015 que literalmente dice:

1.21 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Ingrid Adela Matias Montes, carné 9420093, proyecto de tesis "USO DE FACEBOOK Y TWITTER EN LA DIVULGACIÓN DE LAS NOTAS INFORMATIVAS. ANÁLISIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA GUATEMALTECA". B) Nombrar como asesor(a) a: Licenciado Byron Chinchilla.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

..."se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Ingrid Dávila



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

173-16

Guatemala, 09 de mayo de 2016.

Comité Revisor/ NR

Ref. CT-Akmg 21-2016

Estudiante

Ingrid Adela Matias Montes

Carné **9420093**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Matias**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: USO DE FACEBOOK Y TWITTER EN LA DIVULGACIÓN DE LAS NOTAS INFORMATIVAS. ANÁLISIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA GUATEMALTECA.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

M.A. Byron Rigoberto Chinchilla Castro,	presidente(a).
Dra. Lesvia Margarita Morales Paz,	revisor(a).
M.A. Wangner Díaz Choscó,	revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC

M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis

Copia: comité revisor.
Dirección.
Archivo.
AM/SVMG/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Guatemala, 05 de septiembre de 2016.

M.A.
Aracelly Mérida,
Coordinadora
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12.

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a ustedes que el estudiante Ingrid Adela Matias Montes Carné 9420093, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: "Uso de Facebook y Twitter en la Divulgación de las Notas Informativas. Análisis de la Opinión Pública Guatemalteca".

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Dra. Lesvia Margarita Morales Paz
Miembro Comisión Revisora

"Id y enseñad a todos"

M.A. Wangner Díaz Chocó
Miembro Comisión Revisora

M.A. Byron Rigoberto Chinchilla Castro
Presidente Comisión Revisora

c.c. archivo



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

394-16

Guatemala, 23 de septiembre de 2016
Tribunal Examinador de Tesis/N.R
Ref. CT-Akmg- No. 078-2016

Estudiante
Ingrid Adela Matias Montes
Carné: **9420093**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante Matias

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: *"USO DE FACEBOOK Y TWITTER EN LA DIVULGACIÓN DE LAS NOTAS INFORMATIVAS. ANÁLISIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA GUATEMALTECA"*, siendo ellos:

M.A. Byron Rigoberto Chinchilla Castro	presidente (a)
Dra. Lesvia Margarita Morales Paz	revisor(a)
Dr. Wangner Díaz Choscó	revisor(a)
Lic. Byron Miguel García Morales	examinador(a)
Lic. Jorge Ignacio Paz Ramírez	examinador(a)
Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras	suplente

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria de la Comisión de Tesis para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Escuela de Ciencias de la Comunicación
DIRECTOR

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC


Escuela de Ciencias de la Comunicación
COMISION DE TESIS

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Copia: Archivo
AM/SVMG/Anaijr

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales la autora
es la única responsable del contenido de este trabajo.

Dedicatoria

A Dios

A ti, mi Señor por darme la oportunidad de alcanzar este sueño. Gracias por la inspiración, la fortaleza y la capacidad para creer que era posible lograr este gran objetivo en mi vida. Desde el inicio hasta el fin, todo estuvo en tus manos, la gloria y la honra sean para ti, Señor.

A mi Esposo, Walter

Por tu apoyo incondicional, por acompañarme en este camino que me lleva hoy a alcanzar mi sueño, por tu tiempo y tu motivación constante que nunca me faltaron cuando más los necesité. Como todo en mi vida, este logro lo comparto contigo.

A mis hijos,

Gerardo, Alisson y Nicole

Por donar el tiempo que les correspondía a ustedes a mi sueño. Gracias por creer en mí, hacerme sentir su orgullo y compartir mi alegría por ver concluido este gran objetivo. Hoy les digo misión cumplida, esto es también por y para ustedes, espero que Dios me permita verlos alcanzar sus objetivos académicos y profesionales.

A mis padres, Gloria y Max

Por enseñarme a confiar en Dios y a creer en que todo es posible si es su santa voluntad. También, por creer en mí y motivarme a ser siempre una mejor persona.

A mi hermana, Siomara

Por compartir conmigo la alegría de alcanzar este sueño y por el honor de ser mi madrina de graduación. Siempre he estado muy orgullosa de ti, espero que hoy tú también te sientas orgullosa de mí.

A mis asesores,

M.A. Byron Rigoberto Chinchilla Castro por aportar sus conocimientos en la presente tesis y Dra. Aracelly Krisanda Mérida González por todos los consejos y motivación para alcanzar este objetivo.

Índice

I.	3
Resumen	3
II.....	4
Introducción	4
Capítulo 1	6
Marco Conceptual.....	6
1.1. Título.....	6
1.2. Antecedentes.....	6
1.3. Planteamiento del Problema	7
1.4. Justificación del tema.....	9
1.5. Alcances y Límites	10
Capítulo 2	11
Marco Teórico.....	11
2.1. Internet	11
2.2. Redes Sociales.....	13
2.2.1. Definición	13
2.2.2. Origen de las redes sociales on Line.....	14
2.2.3. Globalización de las Redes Sociales.....	16
2.2.4. Redes sociales on line, fenómeno cultural. La Cibercultura	17
2.2.5. Parámetros generales, característicos y alcances de las Redes Sociales On Line ..	19
2.2.6. Las Redes Sociales: Facebook y Twitter.....	24
2.3. Opinión Pública	26
2.3.1. Definición de Opinión Pública.....	26
2.3.2. Historia de la Opinión Pública	27
2.3.3. Diferencia entre lo Público y lo Privado	29
2.3.4. Tipos de Opiniones	29
2.3.5. Opinión Pública y Medios de Comunicación.....	31
2.3.6. Análisis de la Opinión Pública guatemalteca dentro de las Redes Sociales	31
2.4. Crisis sociopolítica en Guatemala.....	34
2.4.1. Gobernabilidad.....	35

Capítulo 3	36
Marco Metodológico.....	36
3.1. Método	36
3.2. Tipo de investigación	37
3.3. Objetivos	37
3.4. Técnica.....	38
3.5. Instrumentos.....	38
3.6. Población o Universo.....	38
3.7. Muestra	39
Capítulo 4	41
Análisis de Resultados.....	41
4.1. Análisis y tabulación de resultados de la encuesta	42
4.2. Análisis de contenido de las publicaciones de las redes sociales Facebook y Twitter. ...	56
III.....	77
Conclusiones	77
IV	78
Recomendaciones	78
V	79
Bibliografía.....	79
VI.....	81
Anexos.....	81

I

Resumen

Título:	Uso de Facebook en la Crisis Sociopolítica Guatemalteca 2015.
Autor:	Ingrid Adela Matias Montes
Universidad:	San Carlos de Guatemala
Unidad académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Problema investigado:	¿Fue el uso de redes sociales lo que movilizó a la sociedad guatemalteca, en la crisis sociopolítica 2015?
Instrumentos utilizados:	Entrevista, encuesta y análisis de contenido.
Procedimiento:	Para realizar la presente investigación se realizó una entrevista a profesionales en el tema de comunicación, opinión pública, medios de comunicación y redes sociales; una encuesta en línea para conocer la opinión de los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter acerca de las publicaciones que tuvieron impacto en ellos y que generaron opinión pública en el período en el cual se realizó la investigación y el análisis de contenido de publicaciones en las redes sociales que generaron opinión pública.
Conclusiones:	Se concluyó que, en la actualidad, las redes sociales se han convertido en los canales de comunicación mejor aceptados para mantener informada a un sector de la sociedad guatemalteca. También, se identificó que las publicaciones que lograron tener impacto en sus receptores, fueron las que poseen contenidos que permiten obtener una retroalimentación, una propuesta para los mismos y las que fueron dadas a conocer en las redes sociales, debido a características como inmediatez, textos llamativos y veracidad.

II

Introducción

En la actualidad, con el acceso a nuevas tecnologías en un mundo globalizado, los medios de comunicación continúan jugando un papel importante para informar a las sociedades, pero también han surgido nuevos canales de comunicación que logran cumplir con las exigencias de una forma de vida más convulsionada.

Entre estos canales de comunicación se encuentran las redes sociales que permiten a muchos grupos de personas permanecer comunicadas e informadas acerca de una diversidad de temas e interactuar continuamente.

Las redes sociales han aumentado su aceptación por los miembros de la sociedad guatemalteca, debido a que actualmente existen mejores accesos. Guatemala cuenta con una red de comunicaciones bastante competitiva a nivel regional y estas herramientas son útiles para informarse de temas de dominio público y también para entretenimiento como en sus inicios. Según la encuesta realizada durante esta investigación, conocemos que el 84% de los usuarios prefieren utilizar Facebook, el 2% de los usuarios prefieren utilizar Twitter y un 14% utilizan otras redes sociales menos populares.

La información que la sociedad recibe por medio de estos canales de información, influye en la formación de opinión pública, por lo que debe ser verídica, real y responsable, ya que, ésta es determinante para formar criterios e ideas en la sociedad, que permitan que todos sus miembros desarrollen un sentimiento de identidad y participación. También que estén dispuestos a expresar sus opiniones, exigir los cambios y denunciar hechos. Además, las características de las publicaciones como la inmediatez y la novedosa elaboración de los textos, permiten que las redes sociales tengan una mejor aceptación.

Aunque los medios de comunicación convencionales como el periódico, la televisión y la radio, siguen proporcionando información objetiva, el uso de las redes sociales ha venido

a sumarse al cúmulo de fuentes de información en la diversidad de situaciones, problemas y decisiones sobre aspectos como economía, salud, educación, seguridad, política entre otros, que le permiten crear sus propios criterios, ideas y pensamientos.

La presente investigación permite conocer el aumento de popularidad que han adquirido las redes sociales Facebook y Twitter, respecto a las publicaciones que generan opinión pública dentro la sociedad guatemalteca y que han provocado un alto interés en los miembros de la misma, inclusive para tomar acciones que expresen esa opinión con hechos que reafirmen su identidad y su deseo de convivir en una mejor Guatemala.

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1. Título

“Uso de Facebook en la crisis sociopolítica guatemalteca 2015”.

1.2. Antecedentes

El crecimiento de las redes sociales en la era digital es indudable, se han convertido en los canales de comunicación más utilizados por las personas para relacionarse e interactuar unas con otras. Las primeras herramientas creadas fueron los “email lists” y “Bulletin Board Systems (BBS)” que surgieron en la década de 1970. A lo largo de los años fueron surgiendo nuevas redes sociales, con diferentes interfaces y características.

Desde su creación hasta la actualidad, el uso de las redes sociales ha ido en aumento. Inicialmente fueron creadas para poseer perfiles individuales y compartir información exclusiva, personal y privada. Hoy en día, ese aspecto ha cambiado, pertenecer a una red social, le permite a cada miembro de la sociedad, mantenerse informado de lo que acontece a su alrededor a nivel local, nacional o internacional en el instante preciso que está surgiendo la información. Esto convierte a las redes sociales en valiosas herramientas de comunicación.

Según un estudio realizado por el Grupo Casabal, institución dedicada a la consultoría y la investigación, sobre la situación del uso de las redes sociales en Guatemala, del año 2008 al 2010, crecieron exponencialmente del 45% al 85% los usuarios de las mismas. Los guatemaltecos generaron la cultura del uso de las redes sociales todos los días, un promedio de 4 a 5 veces diarias ingresaban a sus perfiles y esto ha ido en aumento con la posibilidad de uso de teléfonos inteligentes con acceso directo a estas redes, hasta lo que se vive hoy en día, permanecer conectado las 24 horas del día y los 365 días del

año, siendo el rango por edad de mayor uso de 18 a 45 años de edad. (Grupo Casabal, 2011)

Facebook es la red más utilizada y que sobrepasa exponencialmente a otras redes. Se estima que Facebook cuenta con 1 millón 122 mil usuarios en el país. Lo que sorprende es que sólo el 4% de usuarios utiliza Twitter es decir, alrededor de 45 mil usuarios aproximadamente y su uso parece muy generalizado, debido a que la información que se maneja es menos personal.

En un estudio sobre la opinión política de los jóvenes en Facebook, dice que esta red social funge como un instrumento de participación y movilización política, ya que, a través de su espacio virtual, posibilita el debate e interacción sobre los acontecimientos y figuras políticas del país. Los criterios de los usuarios sobre los temas de la coyuntura nacional, muestran la percepción que tienen de la misma. (Juárez A. M., 2015)

También se describe a las redes sociales como nuevas plataformas de expresión que permiten a los usuarios expresar de manera inmediata valoraciones espontaneas que reflejan intenciones futuras, o bien transmitir simplemente su posición hacia un tema concreto. (Sandoval, 2014)

Por lo tanto, fue posible percatarse de la importancia del uso de redes sociales y a partir de estos estudios, poder analizar la influencia que tienen en la opinión pública guatemalteca.

1.3. Planteamiento del Problema

En Guatemala, las redes sociales han pasado de ser herramientas para comunicación interpersonal a canales de información y comunicación social. Cada día aumenta el número de usuarios y también el interés de empresas, negocios, entidades educativas, partidos políticos, grupos sociales, etc. en tener una presencia eficaz y eficiente en ellas y así, obtener resultados que beneficien sus intereses particulares.

Dentro de la sociedad guatemalteca, las redes sociales han jugado un papel protagónico cuando se trata de informar. Una publicación que era vista por un pequeño grupo de personas, ahora son millones los que pueden verla y en el momento en el cual está aconteciendo determinado hecho.

Las redes sociales se convirtieron en una plataforma para la creación de opinión pública, puesto que cada usuario tiene acceso a dicha información, puede conocerla, puede analizarla, emitir un criterio sobre ella y si así lo desea, comunicarla al universo de usuarios que al mismo tiempo, están expresándose sobre el mismo tema o asunto. Esto es opinión pública.

La opinión pública de la sociedad guatemalteca ha sido influenciada en los últimos años, por el bombardeo de información que a diario está presente en las redes sociales. Según Rodolfo Salazar, Director Ejecutivo de Partner at Global Values Int., las redes sociales son un factor crítico de influencia sobre la opinión pública y afectan directamente causas y movimientos políticos. Aunque las publicaciones que se presentan son de todo tipo: político, económico, social, educativo, de salud, del clima, etcétera; la información se encuentra allí, sin filtro alguno, debido que a la fecha, no existe legislación que lo prohíba. Es decir que, la sociedad guatemalteca se encuentra expuesta a toda la información y depende únicamente del conocimiento que tenga de cada tema en particular, las ideas claras que pueda obtener de dicha información.

Analizar la opinión pública actual, fue de suma importancia para conocer qué calidad de información es la que la sociedad está recibiendo y por consiguiente, cuáles son las bases sobre las que se está formando.

Por tal razón es de sumo interés conocer: ¿Fue el uso de redes sociales lo que movilizó a la sociedad guatemalteca, en la crisis sociopolítica 2015?

1.4. Justificación del tema

En la actualidad, el uso de las redes sociales se ha convertido más que una práctica de distracción y entretenimiento, en una “necesidad”. El mundo globalizado y la evolución tecnológica, ha obligado a la sociedad de alguna manera a estar conectada para establecer una comunicación, no sólo con quienes se convive a diario, sino con un sin número de grupos de personas, compartiendo o no, los mismos intereses.

Lo interesante es que se ha convertido en un asunto cotidiano, conocer lo que está sucediendo en el entorno para tener la sensación de pertenecer, ser parte incluyente de la sociedad y poder emitir juicios y opiniones, sobre los acontecimientos que suceden en el día a día y más aún, en el momento en el que están ocurriendo.

Estos acontecimientos pueden ser de carácter político, económico, social, educativo, emocional, de entretenimiento, deportivo, etcétera y pueden suceder a nivel local, nacional o internacional. Esto ha permitido ampliar la perspectiva, visión y/o criterio para emitir una opinión personal.

La suma de dichas opiniones personales e individuales de cada uno de los miembros de una sociedad es lo que conforma la opinión pública.

Esta investigación permite conocer como fue influenciada la sociedad guatemalteca durante la crisis sociopolítica que vivió Guatemala en año 2015 y de qué forma las publicaciones de las redes sociales Facebook y Twitter por primera vez, tuvieron un masivo interés ayudando a que la sociedad estuviera informada.

También fue importante conocer los motivos por los cuales, los medios masivos de comunicación (mass media) han utilizado las redes sociales para llegar a su audiencia y/o teleaudiencia; el papel importante que ha jugado el uso adecuado, profesional y ético de la información para conservar la credibilidad de cada uno.

A la vez, se realizó con el propósito de analizar la crisis sociopolítica guatemalteca 2015, a través del punto de vista de las redes sociales.

1.5. Alcances y Límites

Esta investigación se realizó con usuarios de las redes sociales como Facebook y Twitter.

Respecto a la información a nivel internacional que causa alto impacto en la sociedad guatemalteca, no fue incluida en este análisis puesto que el objeto de estudio fue la opinión pública guatemalteca a nivel nacional y local.

En cuanto al período de relación de las publicaciones de impacto que se tomaron en cuenta para los resultados de la investigación corresponden de abril de 2015 a enero de 2016. El análisis de contenido se realizó utilizando la tendencia que nos indicó la encuesta realizada en el mes de febrero de 2016.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1. Internet

Internet es una red de millones de ordenadores en todo el mundo. Pero al contrario de lo que se piensa comúnmente, no es sinónimo de world wide web. La web es sólo una parte de la red, es sólo uno de los muchos servicios que ofrece internet.

Internet, la red suministra un foro de comunicación en el que participan millones de personas de todos los países del mundo, en mayor o menor medida. Aporta o soporta una serie de instrumentos para que la gente difunda y acceda a documentos y a información (www, FTP, etc.), para que los individuos y los grupos se relacionen a través de una serie de medios de comunicación nuevos (correo electrónico, noticias, listas de distribución, videoconferencia, chats...) o tradicionales (como una conversación telefónica, poner un fax, entre otros) y también incluye dentro de sí a los denominados medios de comunicación de masas (radio, televisión, periódicos y revistas "on line", cine, la omnipresente publicidad, etcétera). (Lamarca, 2013)

Internet no es un medio de comunicación, sino muchos medios, una red que comprende distintos tipos y distintos sistemas de comunicación. La gente utiliza Internet para muy distintas finalidades.

Internet no es un medio, sino un canal, un hipersistema, un macrosistema o un metasistema de comunicación en el que los distintos sistemas se mezclan y entretajan. La digitalidad no sólo reduce todas las morfologías de la información a una sola: texto, imagen y sonido se convierten en bits de información, sino que también los distintos medios de comunicación con sus distintos sistemas, se integran en uno al converger en la red. (Candeira, 2015)

"Suele decirse que Internet es un medio de comunicación, y es muy cierto. Sin embargo, posee otras cualidades 'mediáticas', y por ello diremos que esa red es: un medio de comunicación, un medio de información, un medio de memorización, un medio de portada telepolisproducción, un medio de comercio, un medio para el ocio y el entretenimiento y un medio de interacción". (Echeverría, 1999, p. 5)

Desde el punto de vista documental, Internet es un archivo y una biblioteca universal en la que el usuario, desde su computadora u otro dispositivo electrónico, tiene acceso inmediato a la mayor fuente de información que jamás ha existido.

Desde el punto de la vista de la comunicación, Internet se caracteriza por ser una red horizontal y en gran medida descentralizada. La comunicación se puede realizar de forma multidireccional (participar en un grupo de debate), unidireccional (leer, bajar archivos de la red, buscar información, etc.), bidireccional (conversar o jugar con alguien, intercambiar archivos o correos electrónicos) e interactiva. Y se establece tanto en ámbitos públicos como en privados. Al contrario que los medios de masas (radio, televisión, prensa, etc.) que no permiten interacciones transversales entre los participantes, los medios en Internet sí permiten este tipo de interacciones. El teléfono usa una comunicación uno a uno, en el ciberespacio un individuo es, potencialmente, emisor y receptor a la vez y todos pueden comunicar con todos en un espacio sincrónico o asíncrono, simultáneo o no concurrente.

Desde el punto de vista técnico, Internet es un gran conjunto de redes de ordenadores interconectadas cuyo funcionamiento interno no se ajusta a ningún tipo de ordenador concreto, a ningún tipo de red específica, a ninguna tecnología de conexión en exclusiva y a ningún medio físico privilegiado, se trata de una red flexible y dinámica, adaptable a diferentes contextos tecnológicos. Internet es, en sí misma, un universo tecnológico que confluyen: telefonía, electrónica, microprocesadores, cables, satélites, fibra óptica, hipertexto, multimedia, televisión, escritura, dibujo, fotografía, vídeo, imágenes en 3D, realidad virtual, etcétera.

Desde el punto de vista sociológico, Internet es un fenómeno económico, social y cultural, que tiene repercusiones sobre las personas y las sociedades y sobre la forma en que éstas se comunican, interrelacionan, producen, comercian, trabajan, se divierten y se organizan. Se puede afirmar, incluso, que repercute sobre la propia identidad de las personas y de los grupos sociales, puesto que modifica la forma en que se conectan los ordenadores ven a sí mismos, operan y se representan los individuos y las sociedades.

2.2. Redes Sociales

2.2.1. Definición

Es importante indicar que determinar el origen de las redes sociales resulta difícil, debido a que, desde el principio de su existencia han tenido un constante crecimiento y evolución.

En la presente investigación, se hará referencia y llamará redes sociales a las que se tiene acceso on line.

Se tiene claro que su origen se remonta al origen de Internet, pues por medio del Internet también se crean redes de comunicación.

En primer lugar, se debe establecer el concepto general de una red social, por lo que se puede decir que es una estructura social compuesta de personas, las cuales están conectados por uno o varios tipos de relaciones, como amistad, parentesco, intereses comunes, intercambios económicos, relaciones sexuales, que comparten creencias, conocimiento o prestigio. Si trasladamos esta información a lo que conocemos como redes sociales on line, se coincide en decir que son servicios basados en la web que permiten a estos mismos individuos, construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, crear un listado de contactos que comparten las características anteriormente mencionadas y mantener dicho contacto con esta lista y otras formadas por otros individuos.

2.2.2. Origen de las redes sociales on Line

Se conocen datos históricos del que podría ser su origen: “La Guerra Fría entre el bloque comunista liderado por la Unión Soviética y el bloque capitalista con Estados Unidos a la cabeza, supuso una carrera ascendente en orden a demostrar la superioridad tecnológica y militar de uno de los dos países. En 1957 la Unión Soviética lanzó con éxito el primer satélite artificial, el Sputnik, colocándose en aparente ventaja frente al adversario. Como respuesta, el entonces presidente de los Estados Unidos, Dwight Eisenhower, ordenó la creación del ARPA (Advanced Research Projects Agency). Se trataba de un proyecto que desarrollaría la creación de una red de comunicación entre ordenadores. (Directo, 2011)

La particularidad de la iniciativa radicaba en la descentralización del sistema, pues estaba compuesto por varios ordenadores distantes geográficamente el uno del otro. Esta característica le confería el carácter de “indestructible” pues todos tenían el mismo nivel de importancia: podía llegar a faltar uno sin que quedara impedida la mutua comunicación entre los restantes. Para 1973 se establecieron conexiones entre ordenadores de Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega.” (Dvorak, 2010)

Como dato histórico se encuentra el siguiente: “El paso al sector civil sucedió en 1983 cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos separó el ámbito civil del militar de su red de ordenadores. En 1989, un científico británico del Laboratorio Europeo de Física de Partículas, Tim Berners-Lee, inventó la World Wide Web (www: la red que engloba al mundo) combinando el hipertexto y el protocolo de comunicaciones de Internet. Este importante acontecimiento propició un método eficaz y ágil al momento de intercambiar datos entre científicos. Fue desde entonces, 1983 las primeras en beneficiarse de la red de comunicación entre ordenadores fueron las universidades.” (Dvorak, 2010)

Siguiendo cronológicamente: “Fue en 1995 en que la difusión de Internet comenzó a mundializarse gracias, en buena medida, a su potencial económico, a la agilidad y bajo

costo de la transmisión de informaciones y comunicación humana, grandes cadenas comerciales, de prensa o de servicios; organizaciones religiosas y filantrópicas; sociedades científicas, humanitarias, e incluso personas individuales, migraron a este gran vehículo de comunicación, para darse a conocer.” (Dvorak, 2010)

Debido a la globalización del Internet, en 1997 ocurre un suceso de importancia: “Nace SixDegrees.com fue la primera red social; esta permitía no sólo crear perfiles sino también listas de amigos y, al año siguiente, también navegar por las listas de los amigos. Un año más tarde nacía Friendster, un portal para concertar citas on line que gozó de un éxito que también fue su ruina, ya que, las dificultades técnicas no pudieron hacer frente a la alta demanda de servicios.” (Dvorak, 2010)

A partir de este momento, es cuando ocurre el verdadero apogeo de las Redes Sociales. “Aprovechando la agonía de Friendster, Tom Anderson echó a andar en 2003 un proyecto al que apenas si se le dio cobertura en sus inicios. Lo tituló MySpace. Meses más tarde, en 2004, Mark Zuckerber lanzaría el proyecto Facebook.” (Dvorak, 2010)

El fenómeno Facebook dio pie al desarrollo, consolidación, masificación y proliferación de numerosas redes sociales en los meses y años subsiguientes. Orkut se convirtió en la primera en Brasil y en un proyecto exitoso en la India; Mixi se expandió por todo Japón; LunaStorm consolidó su primacía en Escandinavia; Holanda abrazó Hyves y Grono se hizo con Polonia; Hi5 conoció el éxito en Latinoamérica y algunos países europeos; Bebo amplió su poder en Gran Bretaña, Nueva Zelanda y Australia; QQ se masificó en China y, más recientemente, Tuenti conquistó España. Actualmente, casi todas las operadoras de telefonía móvil permiten conectarse a redes sociales, por no hablar de los últimos modelos de cámaras digitales de imágenes y video, de los registradores digitales de sonido, etc.” (Dvorak, 2010)

Las Redes Sociales son una plataforma de comunicación y el interés que provoca en las masas es debido a la necesidad de relacionarse con otras personas. Es una necesidad que tiene su origen en la naturaleza humana; el deseo de contactar y el instinto de

comunicación son modernas manifestaciones de esta necesidad. Por este motivo, las redes sociales son, en la actualidad, una de las principales causas de los avances informático-tecnológicos al servicio de la intercomunicación humana.

“El crecimiento de las redes sociales en la era digital es indudable; son los medios de comunicación más utilizados por las personas para mantener relaciones las unas con las otras, además de ser utilizadas para entretenimiento propio.” (Gonzalez R., 2014, p. 7)

Desde su creación hasta la actualidad, el uso de las redes sociales ha ido en aumento. Inicialmente fueron creadas para poseer perfiles individuales y compartir información exclusiva, personal y privada. Hoy en día, ese aspecto ha cambiado, pertenecer a una red social, le permite a cada miembro de la sociedad, mantenerse informado de lo que acontece a su alrededor a nivel local, nacional o internacional en el instante preciso que está surgiendo la información. Esto convierte a las redes sociales en valiosas herramientas de comunicación.

2.2.3. Globalización de las Redes Sociales

La globalización consiste en la integración de las diversas sociedades internacionales en un único mercado mundial. Por eso, el fenómeno es defendido desde teorías económicas como el neoliberalismo y por entidades como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.

Existen numerosas corrientes de pensamiento que creen que la globalización trasciende la cuestión económica y abarca inclusive la cultura. Como la relación de fuerzas entre las naciones más desarrolladas (como las europeas o los Estados Unidos) y las subdesarrolladas (como las latinoamericanas o africanas) es sumamente desigual, la globalización sin límites ni controles favorece el imperialismo cultural y el dominio económico, y atenta contra la identidad particular de cada pueblo. (Machado, 2011)

La relación entre la globalización y las redes sociales radica en que las personas y compañías pueden expandir sus conocimientos, productos, bienes, servicios, mercados, etcétera, pues las redes sociales nos permiten llegar más allá de nuestro espacio físico, por medio del Internet.

La importancia de la red en cualquier segmento de negocio de los medios, es indiscutible. La tecnología cambia al mundo en diferentes formas, los negocios no son ajenos a estos cambios; Internet y las nuevas tecnologías de la información han revolucionado la forma de hacer negocios. El apogeo de las redes sociales está logrando que la relación entre el hombre, la tecnología y los negocios se entrelacen, así mismo fomenta que el desarrollo socioeconómico continúe.

Hoy en día, lugares muy lejanos geográficamente están interconectados de tal manera, que lo que pasa en el nivel local en un lugar depende de los acontecimientos que se dan en otros lugares, alejados a miles de kilómetros.

2.2.4. Redes sociales on line, fenómeno cultural. La Cibercultura

Para poder describir las redes sociales como fenómeno cultural, es importante tener una idea clara de lo que es cultura. Por lo tanto, se llama cultura al conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo y que le permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo y discernir valores.

Entonces, es posible colocar a las redes sociales dentro del marco cultural y puede hacerse de muchas formas. Existen cuatro tipos o propuestas para poder incluirlas: Comunidad de información y Comunidad de Comunicación, Sociedad de Información y Sociedad de Comunicación. “En la Comunidad de Información la figura de la comunidad está al centro en su forma más tradicional, cerrada, rígida, altamente normativa, homogénea. En un sistema de información se ordena, controla y guía a donde los miembros de la comunidad saben, conocen y actúan en forma previsible y pertinente. Nadie sale de la norma, todos son la norma que los construye. Las redes sociales

sobreviven en forma comunitaria, pero no aisladas. En la Sociedad de Comunicación se tiende a la horizontalidad, hay un proceso hacia la diversidad dentro los propios conjuntos antes comunitarios. En la forma de Comunidad de Comunicación es el extremo de la convivencia de los diversos. Todos son diversos de todos, no hay comunidades en el sentido primario y tradicional. Todos tienden a sentirse parte de algo. La gran novedad es la necesidad de conectarse y relacionarse a pesar de las diferencias, y en cierto sentido ese es el motivo de la búsqueda de los otros.” (Galindo C. L., 1992, p. 7)

Las redes sociales se pueden considerar como fenómeno cultural, pues establecen una Comunidad de Comunicación con algunos ingredientes de las otras tres propuestas, afirmando que lo que ha sucedido es el contacto de una figura de multinteractividad con lo diverso y lo distinto por medio de la internet, como una cultura social.” (Galindo C. L., 1992, p. 7)

Entonces, la cultura y las redes sociales pueden ser concebidas a su vez, como sistemas de información sobre los que actúa un programa de promoción cultural, en donde serán objetos de percepción y de acción. Desde este punto de vista, se puede hablar del concepto Cibercultura.

“La Cibercultura es una configuración del mundo que ha hecho visible y ha promovido la web y sus plataformas. La sociedad de la colaboración, de la construcción colectiva, de la creatividad de las multitudes, de la comunicación en un sentido pleno en la interacción de actores, lenguajes, situaciones, contextos, ecologías. La Cibercultura es un campo de estudios emergente, pero al mismo tiempo se va construyendo como una perspectiva analítica y constructiva, y en forma simultánea es una interface de comunicación entre observadores y analistas, actores y activistas.” (Galindo L. J., 1992, p. 325)

Sobre esta base, se puede concluir que la Cibercultura es percibida como una nueva cultura, que se refiere a nuevos escenarios y la comunicación es clave para decidir cuáles son estos nuevos escenarios. La Cibercultura supone una relación entre el viejo mundo real, con el nuevo “Cibermundo”.

2.2.5. Parámetros generales, característicos y alcances de las Redes Sociales On Line

Al hablar de redes sociales es necesario conocer que, así como representan una innovadora herramienta de información, comunicación e interacción, también expone a sus usuarios a una innumerable cantidad de información, conocimientos y peligros.

En el “Cibermundo” como lo llama Galindo Cáceres, que no es más que el mundo que ya conocemos, en donde existen una gran cantidad de plataformas de comunicación tecnológica y sistemas de información que nos permiten estar conectados a un nivel globalizado. Es desde este punto de vista, donde entran en juego dos aspectos de gran importancia: La Privacidad y la Seguridad.

El punto en común de todas las redes sociales es la comunicación con contactos personales y también con desconocidos. En una red social se puede ver representada digitalmente la vida de los usuarios, sus relaciones sociales, sus fotos, mensajes, etc. Las redes sociales también proporcionan un espacio personal de gestión del perfil, modificarlo y cancelarlo. También permite introducir contenido (fotos o comentarios) y editarlos, todo con el objetivo de interactuar.

Actualmente, significa un enorme reto equilibrar seguridad y privacidad, con la sociabilidad y usabilidad tenemos que ver los principales estándares de seguridad en la red.

Se presentan tres aspectos a tomar en cuenta en lo que respecta a la seguridad:

- **Confidencialidad:** Requiere que la información sea accesible únicamente a las entidades autorizadas. Es de vital importancia en las redes sociales porque un mal uso de la información podría traer graves consecuencias en la vida de las personas.

- Integridad: Requiere que la información sólo sea modificada por las entidades autorizadas.
- Autenticación: Es el usuario realmente quien dice ser.

La protección de los datos es de suma importancia en una red social, ya que la divulgación ilícita y el uso indebido de la información privada de los usuarios, pueden causar indeseables o perjudiciales consecuencias en la vida de las personas pues no son infalibles. No sólo los administradores de las redes sociales se deben preocupar por la protección de los datos de sus usuarios, sino también las autoridades competentes en este campo, como ya se está haciendo en muchos países alrededor del mundo. (De la Luz, 2010)

Con lo que respecta al tema de la privacidad, se habla de tres aspectos:

1. Privacidad del espacio personal: La visibilidad del perfil de usuario. Quienes tienen acceso a ver el perfil de cada uno.
2. Privacidad de la comunicación del usuario: A parte de los datos que proporcionamos a las redes sociales, como nuestras fotos, nuestros comentarios, etcétera. Un usuario de la red social divulga datos adicionales, como por ejemplo el tiempo de conexión, la dirección IP que usa y por supuesto, su localización geográfica, los perfiles visitados, los mensajes recibidos y enviados, es decir, todo un log de información personal sobre lo que hemos hecho mientras estábamos en la red social. Todo esto debe ser privado, recordemos que una dirección IP en un espacio de tiempo es única, identifica a una sola persona, y es ilegal su publicación sin el consentimiento del usuario.
3. Las entidades no autorizadas: Es el usuario quien debe decidir quiénes pueden tener el acceso. En el caso de entidades de control, deben resguardar el contenido de los datos privados enviados y recibidos a través de la red social.

Este aspecto de la privacidad de los datos implica la confidencialidad de los datos y el anonimato de los propietarios. El acceso a la información sobre un usuario sólo puede ser concedido por el propio usuario. Las entidades no autorizadas, tampoco deben poder enlazar los datos privados con el perfil del propietario.

Respecto a los alcances y oportunidades que las redes sociales brindan a sus usuarios se puede decir que poseen un potencial que favorecen la comunicación y la interacción de los mismos.

Se conoce también en el sentido moral, un aspecto poco comentado y estudiado. Desde esta perspectiva, se habla del potencial de las nuevas tecnologías en donde encajan perfectamente las redes sociales, cuando se utilizan para favorecer el apoyo mutuo. (De la Luz, 2010)

En la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales se ha hablado de estos alcances:

a) Positivos

1. Intercomunicación ágil y eficaz y además gratuita.
2. Mayor difusión de ideas y debate.
3. Amistad. “El concepto de amistad ha tenido un nuevo auge en el vocabulario de las redes sociales digitales que han surgido en los últimos años”. Benedicto XVI. En una entrevista, la profesora Sor María Antonia Chinello de la Universidad Auxilium, en Roma, declaraba: “Está probado que en la red es un poco más fácil compartir dificultades, esperanzas, temores, hablar de temas de los cuales quizá daría pena cara a cara, porque se temen las reacciones inmediatas en el otro”.

4. Educación. Desde el punto de vista educativo, una red social tiene mucho que ofrecer a la generación digital. “El nuevo espacio digital, llamado ciberespacio, permite encontrarse y conocer los valores y tradiciones de otros. Sin embargo, para que esos encuentros den frutos, se requieren formas honestas y correctas de expresión, además de una escucha atenta y respetuosa. El diálogo debe estar basado en una búsqueda sincera y recíproca de la verdad, para potenciar el desarrollo en la comprensión y en la tolerancia. Las redes sociales dan a los enseñantes una oportunidad para continuar el contacto con los alumnos, para dialogar con ellos incluso fuera del encuentro académico propio de las instituciones escolares. (Benedicto XVI, 2009)

b) Negativos

1. Pornografía. Quien los usa más, interactúa menos con la pareja, los hijos y los amigos. Quien lo usa más, tiene mayor riesgo de caer en comportamientos agresivos y desarrollo cognitivo pobre, problemas de salud relacionados con los hábitos alimenticios de quien está expuesto a la publicidad de alimentos que circulan por los medios de comunicación. Un estudio de Optenet refiere que el 35% de las páginas web existentes, al menos hasta diciembre de 2008, son pornográficas. Un artículo publicado en la versión digital de Diario Uno Argentina, reportaba 95,6 millones de páginas web dedicadas a la pornografía.

Según un estudio de 2007 de la Universidad de New Hampshire, en Estados Unidos, el Morality in Media, de Robert Peters, titulado How Adult Pornography Contributes To Sexual Exploitation of Children, cada mes hay más de 35 millones de visitas a páginas pornográficas.

A inicios de diciembre de 2008, LibertadDigital.com reportó que la palabra “sexo”, en los buscadores de Yahoo.com, había sido uno de los tres términos más buscados durante ese año.

2. Amistad. El tema de la “amistad” digital es otra asignatura pendiente. Inicialmente las redes sociales implicaban una amistad basada en relaciones de la vida real, específicamente en un ambiente académico universitario. La “amistad digital” invita a considerar el riesgo grave de que computadoras, celulares y otros dispositivos, aislen de las relaciones interpersonales apoyadas en encuentros reales e incluso de confundir una simple relación con una amistad auténtica. Además, una vinculación social-digital puede crear un exceso de dependencia de los otros o, sencillamente, hacer pasar la “amistad” por una mercancía.
3. Privacidad. Los jóvenes y adolescentes están habituados a decir, escribir y presentarse a través de textos, mensajes, fotos y videos. En la mayoría de las ocasiones no parecen conscientes de que aquello que escriben o cargan en la red. Una vez publicado es visible para todos e incluso se puede perder el control de dónde puede terminar la información.

Las aplicaciones de las redes sociales logran que las personas hagan crónicas detalladas de sus experiencias de vida. En cierta forma, se trata de una renuncia a la privacidad puesta en manos de empresas con fines lucrativos cuyas ganancias dependen, en cierta forma, de la confianza de los usuarios. Nunca antes tantas personas habían puesto al alcance de cualquiera tal cantidad de datos de tipo personal. Todo lo anterior plantea más interrogantes éticos y es motivo de una alerta mayor si consideramos que al menos una cuarta parte de los usuarios de redes sociales son menores de edad.

4. El factor pedagógico y el factor tiempo. La banalización de las relaciones interpersonales no es el único aspecto. También está pocas veces valorado factor “uso del tiempo” que, en el mejor de los casos, únicamente llega a repercutir en las calificaciones, en los estudios y en el rendimiento laboral.
5. Mundo virtual no es mundo real... el aislamiento individualismo. Al reflejar la identidad queda latente la posibilidad de crearse una representación artificial de

uno mismo, de modo que se pueda parecer más “atractivo” para todos aquellos que están a la caza de “amigos” con especiales dotes físicas. Un perfil también puede ser ocasión para el narcisismo, el exhibicionismo y la superficialidad pues, para muchos, el deseo de aparecer como una persona socialmente atrayente, teniendo muchos “amigos” en las redes sociales, no deja de ser sintomático. Tampoco es extraño encontrarse con fotos retocadas que mejoran ad extra la articulación de la identidad del usuario. (Benedicto XVI, 2009)

2.2.6. Las Redes Sociales: Facebook y Twitter

Debido a que la presente investigación enfocará sus resultados en estas dos redes sociales en particular, es necesario conocer un poco del origen y funcionamiento de cada una de ellas, por tanto, se hará una reseña histórica.

2.2.6.1. Facebook

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

El creador de Facebook es Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard. La compañía tiene sus oficinas centrales en Palo Alto, California. La idea de crear una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva, pues David Bohnett, creador de Geocities, la había incubado a fines de los años 1980. Facebook compite por abrirse espacio entre empresas de éxito como Google y MySpace, por lo que se enfrenta a grandes desafíos para lograr crecer y desarrollarse. Una de las estrategias de Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores. (Kirkpatrick, 2011)

La fortaleza de la red social Facebook radica en los 1,600 millones de usuarios que ha alcanzado, basada en conexiones de gente real.

Entre los años 2007 y 2008 se puso en marcha Facebook en español, extendiéndose a los países de Latinoamérica. Casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales. (Castrejon, 2012)

2.2.6.2. Twitter

Twitter es una red social basada en el microblogging, con sede en San Francisco (California), con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos. Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007. Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006 y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de tweets al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido apodado como el "SMS de Internet".

Twitter comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de Obvious, LLC, un pequeño start-up de San Francisco durante marzo de 2006. El nombre original del producto era twttr, inspirado por Flickr. Al principio fue usado internamente por la compañía desarrolladora hasta que lo lanzó oficialmente al público en octubre del mismo año. El servicio rápidamente ganó adeptos, y en marzo de 2007 ganó el premio South by Southwest Web Award en la categoría de blog.

Jack Dorsey es el padre de esta aplicación web y actual presidente del Consejo de Administración de Twitter, Inc, empresa que surgió a raíz de Obvious, LLC y el éxito cosechado por Twitter. A principios de 2008, el equipo de Twitter estaba compuesto por 18 personas, durante 2009 Twitter ha multiplicado su plantilla por cuatro y sigue creciendo. Aunque Twitter usó durante un corto período de tiempo los servicios de publicidad como AdSense de Google, la compañía decidió descartar los ingresos por

publicidad hasta que aumentara el número de usuarios, y se financió mientras tanto con inversiones de empresas de capital riesgo. En septiembre de 2009, Twitter anunció cambios a las condiciones de servicio, dejando abierta la posibilidad de incluir publicidad en sus servicios. (Bilton, 2014)

A la fecha, la red social twitter cuenta con 600 millones de usuarios en todo el mundo.

2.3. Opinión Pública

Para realizar un análisis de la opinión pública guatemalteca es importante conocer que es “La Opinión Pública”. Se debe decir que es y que no es, pues en muchas ocasiones, a través de la historia, se suele confundir la opinión pública con la cultura de una sociedad.

2.3.1. Definición de Opinión Pública

Opinión pública no es el conjunto de los paradigmas de ideas y valores que predominan en cada tiempo y lugar. Tampoco son las instituciones, las reglas, hábitos, prácticas y normas sociales que se desarrollan en cada sociedad y que organizan la vida pública y la vida social.

Para conocer el concepto o definición de opinión pública, se debe decir que opinión es una proposición que una persona enuncia con otros y que está referida a hechos o circunstancias del mundo externo. “Opinión es un casamiento entre información y predisposición. La opinión contiene un componente que se encuentra en la mente del sujeto (predisposición) y un componente externo que se agrega a aquel (información)”. (Zaller, 1992)

Ahora bien, a que se refiere cuando se dice público (a). La palabra público como adjetivo significa lo siguiente: Relativa al ámbito de las decisiones colectivas. Lo que afecta a todos los miembros de la colectividad y que es parte accesible a todos. Se opone a lo

privado. Relativa a un nivel de análisis colectivo. Público se opone a lo individual. Relativo a espectadores, masas, consumidores, común de la gente.

La opinión pública se forma y desarrolla en ese plano donde la gente habla y se expresa sin reparar mayormente en los significados de las palabras que usa y hasta puede decirse que el silencio adquiere un valor, cuenta y explica mucho. Es parte de la vida pública puesto que está compuesta de un flujo de mensajes e ideas que circulan cotidianamente en una sociedad vinculando a sus miembros unos con otros.

Define la opinión pública como: “El Estado de las opiniones agregadas de los miembros de una sociedad relativas a todo aquello que, en cada momento, la sociedad define como público. En distintas circunstancias, bajo distintos contextos culturales, en diferentes marcos institucionales y en distintas estructuras sociales, la agregación de las opiniones de las personas se organiza y estructura de distintas maneras; sus consecuencias para los asuntos públicos, las decisiones de gobierno, la política, pueden entonces variar en un amplio espectro de posibilidades. Su formación depende de esas mismas circunstancias, particularmente de los grados de libertad dentro de los cuales, por un lado, los individuos pueden generar opiniones en disenso con otros individuos y, por otra parte, pueden comunicar esas opiniones a los demás.” (Mora y Araujo, 2005, p. 3)

2.3.2. Historia de la Opinión Pública

A continuación se considera de interés aportar datos históricos de los orígenes del concepto de opinión pública y desde cuando se remonta como tal, la misma.

Sus orígenes los encontramos ligados a filosofías políticas de finales del siglo XVII y el siglo XVIII. Se atribuye a Rousseau haber sido quien utilizó por primera vez la expresión en 1744. (Ventura, 2004)

Pero aún se puede retroceder hacia el siglo XV, con la invención de la imprenta y la expansión de la alfabetización, la reforma protestante, el crecimiento del capitalismo, el

reconocimiento de la libertad de contratación, el dominio de la burguesía europea y la difusión de la literatura. Una sucesión de acontecimientos e ideas que dieron paso a la creación de un creciente espacio público. En ese entonces, nacía la confianza en el hombre como un ser racional y la teoría política propició que el hombre entablará una discusión racional para dar paso al acceso de la verdad.

Durante el siglo XX, se intentan muchas definiciones de opinión pública, se le llama: Espíritu del Pueblo, el conjunto múltiple de discusiones colectivas en libertad, la autoridad moral indeterminada de la sociedad, los valores sociales indiscutidos, las opiniones concretas sobre temas controvertidos y la representación estadística de las mediciones empíricas de cualquier tipo de opiniones.

(Mora y Araujo, 2005) Presenta cuatro etapas en las que se podría resumir la historia de la Opinión Pública:

1. Primera Etapa: Las elites pensaban y sus comunicadores trasmitían al pueblo las ideas correctas. Pensaban los sacerdotes, los gurúes, los intelectuales y los nobles exclusivamente.
2. Segunda Etapa: Las elites descubrieron la conveniencia de informarse acerca de lo que pensaba la gente y buscaron como institucionalizar esta información. (Hume, 2014) Enuncia la conocida sentencia de que, “en la última instancia, el poder reposa en la opinión”. Es aquí en donde surge la noción de la encuesta como herramienta para cumplir esa función pero eran únicamente los gobernantes eran los que podían disponer de esta información.
3. Tercera Etapa: Las encuestas son difundidas por los medios y son cada vez más demandadas por el público. Se hace pública la información de lo que la gente piensa pero es aún, un sistema de canales que depende de los medios de comunicación masivos y de la difusión de las encuestas.

4. Cuarta Etapa: Es la que se encuentra en desarrollo, la gente no sólo quiere opinar sino que quiere interactuar con los demás. Internet lo hace posible, pero la demanda es anterior y más básica. Interactuando con otros, cada persona puede cambiar permanentemente su opinión y puede contribuir a cambiar la realidad sin la necesaria intervención de líderes o emisores con respecto a los receptores. (Mora y Araujo, 2005, p. 4)

2.3.3. Diferencia entre lo Público y lo Privado

Es necesario de igual manera, conocer la diferencia entre lo público y lo privado, para determinar que ideas y opiniones pueden llegar a formar parte de la opinión pública. Por eso, se dice que la información va de un polo a otro. En un extremo se encuentra la información donde nada quedará reservado a la privacidad de nadie y en el otro polo, totalmente privado sin aceptación de las decisiones públicas.

“La opinión pública, pertenece por definición, al ámbito público, no sólo por las ideas que circulan en el espacio social sino porque constituyen un ingrediente esencial dentro de ese espacio. El ámbito donde las opiniones se gestan, cada una en su propia raíz individual es por definición privado y se encuentra en la mente de cada individuo.” (Mora y Araujo, 2005, p. 2)

2.3.4. Tipos de Opiniones

También resulta de suma importancia, en el tema de la opinión pública, conocer acerca de los tipos de opiniones y como se pueden clasificar, pues de esto dependerá la objetividad de las ideas que se expresen y se interactúen.

Las opiniones de las personas regularmente son estables pero pueden dar dos aspectos que pueden hacerlas parecer inestables:

1. Variabilidad estadística a corto plazo.
2. Cambio de sujeto de opinión.

(Mora y Araujo, 2005, p. 11) Presenta cuatro tipos de lógicas en las que se basan las creencias de las personas y que en base a ellas pueden elaborarse las opiniones:

1. Pensamiento dogmático: Las creencias son incuestionables, sólo una conclusión es posible. Esta lógica es frecuente en el pensamiento primitivo, pero perdura hasta nuestros días aun en las sociedades modernas complejas en algunos dominios temáticos.
2. Pensamiento abierto: Es una disposición mental que reconoce la posibilidad de creencias distintas. Alguien puede mantener creencias rígidamente pero reconoce que otros pueden no hacer; se mantiene una fe, pero se reconoce que puede haber otras o ninguna.
3. Pensamiento racional argumentativo: Es una disposición mental que solo admite creer en lo que se puede ser probado, demostrado o argumentado. Es propia del discurso deductivo.
4. Pensamiento simbólico: Consiste en símbolos que inspiran esperanza a nuevos objetivos. Creencias como los ideales o la fe no son racionales, son más bien imaginativas.

En base a lo anterior, se puede decir que cada individuo construye sus opiniones en base a sus creencias intrínsecas y extrínsecas. Es posible que un individuo con un tipo de creencia pueda adquirir otro tipo en el transcurso de su vida.

Existen tres aspectos que pueden hacer que el individuo cambie sus opiniones, esto es debido que su opinión original puede verse influenciada por las opiniones de los demás con quienes el individuo interactúa, estos pueden ser:

1. La influencia social
2. La cohesión social
3. La autonomía individual

2.3.5. Opinión Pública y Medios de Comunicación

A continuación, se tratará la relación de los medios de comunicación e internet, pues son los canales, por medio de los cuales se trasmite la información que permite la creación de opinión pública.

Los medios de comunicación siempre están más cerca del público que cualquiera de las fuentes de información, por ejemplo: los políticos, los medios de producción, líderes sociales, etc. es por ello que tienen una conexión con la ciudadanía. Los medios de comunicación juegan un papel de defensores y representantes de la opinión pública, actúan como mediadores para que los problemas de la sociedad salgan a la luz pública, pero muchas veces, confunden opinión pública con opinión publicada, cosa que no debería de suceder.

Existe una famosa frase que dice: “Quien controle los medios, controlará la sociedad” y esto no deja de tener un fundamento verídico, puesto que, el poder que tienen los medios sobre el público es tan fuerte, directo e inmediato que las audiencias no pueden escapar a su influencia. (Avilés, 2015)

Durante el siglo XX, se utilizó un concepto que antecedió al término opinión pública pero que no deja de tener vigencia. Se trata del Clima de Opinión. El clima de opinión se refiere a la coyuntura de las opiniones. Se refiere al pasado, la historia, la memoria colectiva, la tradición, la voz del pueblo o “El qué dirán”.

En la actualidad son los medios de comunicación quienes deben encargarse de crear climas de opinión acerca de los acontecimientos actuales y recuperar perspectivas que adquieran muchos credibilidad y objetividad en la información que publican o divulgan para la creación de la opinión pública.

2.3.6. Análisis de la Opinión Pública guatemalteca dentro de las Redes Sociales

El estudio realizado por iLifebelt sobre “Los hábitos de uso de internet y redes sociales en la región de Centroamérica y el Caribe” revela que Guatemala es el país de

Centroamérica con más usuarios en la red social Facebook, una de las más populares a nivel mundial. Facebook pasó de tener 374 mil usuarios centroamericanos en junio de 2008 a 11.7 millones a enero de 2014, mientras que de 2012 a 2013 Guatemala tuvo la mayor tasa de crecimiento (26 por ciento) pasando de 1.7 millones de usuarios a 2.1 millones. (iLifebelt, 2014)

Este grupo de usuarios de Facebook, al igual que los registrados en Twitter, Google+, Instagram y otras redes sociales de las que no se tiene un registro en Guatemala, reciben mensajes diarios en los medios digitales, pero también son emisores y capaces de influir en la opinión pública, y de ahí surge su relevancia.

Óscar Ismatul, subsecretario de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP), dio a conocer que esa dependencia destina alrededor de Q850 mil anuales para el funcionamiento de un equipo, conformado por 11 personas, dedicado al monitoreo de cuentas en redes sociales, medios de comunicación, cuentas institucionales y para generar opinión pública. (Juárez E. , 2014)

Realizar un monitoreo de redes sociales es un equivalente a efectuar las encuestas que se realizan en la calle para pedir opiniones.

La normativa guatemalteca en aspectos digitales no dice mucho acerca de la privacidad de la información y no hay una normativa que especifique qué datos de las personas son privados y qué datos no. “Es mejor no aventurarse a hacer análisis de la información personal cuando no se tiene certeza de cual información es pública y cual no”.

El estudio refiere que las instituciones del Estado, principalmente las que se dedican a la prestación de servicios sociales, deberían de determinar si están cumpliendo con su labor o si es conveniente determinar en qué aspectos están fallando para mejorar los niveles de servicio a través de un monitoreo de redes sociales. (Juárez E. , 2014)

“El Gobierno de Guatemala es respetuoso de las leyes, de la Ley de Libre Emisión del Pensamiento, cualquier persona es libre de manifestarse por cualquiera de los medios que así lo considere. El Gobierno no tiene una inversión como tal en este tipo de cosas, pero lo que se hace es monitorear medios de comunicación como lo hace cualquier otra empresa o los mismos medios de comunicación. En cualquier redacción están monitoreando constantemente la radio y la competencia para ver cuál es la tendencia, es exactamente la misma práctica que tiene el Gobierno de Guatemala, lo único que hace es mantener informada a sus más altas autoridades sobre la tendencias que se están tomando.” (Juárez E. , 2014)

Para las autoridades de gobierno es importante tener presencia en las redes sociales y lo califica como fundamental. Las redes sociales es un nuevo tipo de comunicación por el cual ningún gobierno ha hecho de lado el uso de estas nuevas plataformas informativas; al contrario, la tendencia es comunicarse más a través de las redes sociales. Las redes sociales tienen el propósito estrictamente informativo, las cuales permiten una expresión de parte de las personas que las utilizan más rápidamente e informarse de la misma forma.

Con base a lo anterior, se puede afirmar que los guatemaltecos en la actualidad, pueden estar informados de los asuntos públicos, de carácter, político, social y económico que le permiten formar sus propios criterios y emitir sus opiniones que luego formarán parte de la opinión pública.

Esto sucede a diario, casi de manera instantánea, pues cada minuto suceden situaciones de interés, sucesos importantes, y es por medio de las redes sociales que la sociedad guatemalteca permanece constantemente informada, mas como se explicó con anterioridad, no toda la información crea opinión pública a nivel local y nacional.

2.4. Crisis sociopolítica en Guatemala

La sociedad guatemalteca vivió en el año 2015, una crisis sociopolítica, por primera vez en la era democrática. Durante este lapso, se develaron hechos de corrupción cometidos por los miembros del poder ejecutivo, hasta el punto de provocar la renuncia y encarcelamiento del binomio presidencial de ese entonces. También, se iniciaron diferentes investigaciones por parte de la CICIG y el Ministerio Público, saliendo involucrados diferentes personajes del ámbito político, jurídico y legislativo.

Esta crisis sociopolítica se hizo llamar también el “despertar” se debió a una cuestión muy concreta: la corrupción. Esta no es un asunto superficial, se trata de un fenómeno de orden estructural que funciona como un mecanismo más para la reproducción y refuncionalización del sistema: le sirve a la clase dominante, la burguesía, para mantener cierto control y poder de influencia sobre la “casta” política, pero también como mecanismo de acumulación de capital. La visión común acerca de la corrupción es la de una “disfuncionalidad” del sistema, provocada por funcionarios y burócratas que se aprovechan de los cargos públicos como medio para enriquecerse ilícitamente, siendo un fenómeno estructural tan arraigado y difundido, que en los últimos años ha llegado a niveles de escándalo.

Fue justamente lo escandaloso de la corrupción lo que despertó la indignación de las capas medias urbanas que sintieron haber sido robadas por funcionarios de distinto nivel, desde los ex mandatarios (sujetos a proceso penal por asociación ilícita, caso especial de defraudación tributaria y cohecho pasivo) hasta trabajadores menores como los vistas de aduanas. La indignación ha sido de tal grado que fue suficiente la convocatoria mediante el hashtag #RenunciaYa, y que algunos de los colectivos de dirigentes y activistas salidos o herederos de las luchas de los años '80 y '90 convocaran, para que diera inicio una serie de movilizaciones que se han mantenido durante cinco meses, la mayoría de ellas masivas. (Morán, 2015)

2.4.1. Gobernabilidad

El Diccionario de Política de Bobbio y Matteucci, la define como “la relación de gobierno, es decir, la relación de gobernantes y gobernados”. Por lo tanto, la gobernabilidad se da en la relación compleja entre los dos entes.

Si bien la gobernabilidad se da en sistemas políticos democráticos y no democráticos, ésta se ha asociado desde sus orígenes a los primeros, refiriéndonos a una gobernabilidad democrática.

Los orígenes del concepto “gobernabilidad” o “governance” se sitúan en la década de los 1970, cuando el economista neomarxista, James O’Connor, preludió en su obra “The fiscal crisis of the State” (1973), problemas de gobernabilidad debido a una importante crisis fiscal en los países más avanzados. Los problemas de gobernabilidad suponían el resultado de las contradicciones estructurales del propio Estado capitalista para compatibilizar la acumulación de capital con la legitimación política. (Rodríguez, 2011)

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1. Método

La metodología que se utilizó en la presente investigación es el funcionalismo, la cual afirma que la cultura conforma un todo inseparable y tiene su origen en los hechos sociales; es decir, es un hecho social, lo que significa que la sociedad actúa como un organismo vivo, con una serie de funciones que se complementan entre sí, pero que forman un cuerpo, un todo armónico (Parsons, 1979). Y aplicando la técnica del análisis de contenido, el cual se describe como “un método de investigación para descripción, objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, que tiene como primer objetivo interpretarlas.” (Berelson B. , 1952)

Corresponden al campo de análisis de contenido, las actividades en las que, partiendo de un conjunto de técnicas parciales pero complementarias, en este caso, la entrevista y la encuesta, las cuales permiten explicar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con la ayuda de indicios cualitativos y cuantitativos. Todo ello con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente o, eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración.

El Método analítico es parte del método científico deductivo y consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. La observación nos conduce al análisis del fenómeno y al examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

3.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación es el descriptivo y mixto (cuantitativa y cualitativa) que permite obtener una mejor visión general del tema y observar comportamientos sociales naturales sin que sean afectados. Los datos se obtuvieron, por medio de diferentes instrumentos como la entrevista, la encuesta y el análisis de contenido.

Se utilizó el enfoque cuantitativo por medio de los datos obtenidos de los instrumentos como la encuesta, la cual aporta los datos cuantitativos. El enfoque cuantitativo es aquel que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística. Y el análisis de contenido y la entrevista aportan el enfoque cualitativo, por medio de la interpretación de los comportamientos, sucesos, comentarios y opiniones.

La información obtenida en el proceso de interpretación de los mismos, por medio de la tabulación de las respuestas que los usuarios de las redes sociales proporcionaron, permitió finalmente, conocer detalles específicos de la opinión pública sobre la crisis sociopolítica guatemalteca 2015.

3.3. Objetivos

Objetivo General

Analizar el uso de Facebook y Twitter en la crisis sociopolítica guatemalteca 2015.

Objetivos Específicos

- Establecer que publicaciones influyeron en los usuarios de Facebook y Twitter y que consideran importante en ellas para generar la opinión pública.

- Establecer la preferencia de la sociedad guatemalteca entre el uso de los medios convencionales y las redes sociales sobre el acontecer nacional durante la crisis sociopolítica guatemalteca 2015, período delimitado en la presente investigación.
- Identificar las características que poseen las publicaciones en las redes sociales Facebook y Twitter para generar opinión pública dentro de la sociedad guatemalteca.

3.4. Técnica

Se elaboró una investigación documental en libros y recopilación de información en Internet. Se realizaron entrevistas estructuradas a profesionales de la comunicación, expertos en los temas principales de la investigación. Se realizó una encuesta de preguntas cerradas y abiertas en línea. También, se llevó a cabo el análisis de contenido, con base a la tendencia que nos proporcionó la encuesta, acerca de los temas y las publicaciones que generaron la opinión pública guatemalteca.

3.5. Instrumentos

El instrumento que se utilizó para la realización de la encuesta fue el cuestionario de 12 respuestas abiertas y cerradas. Este tipo de pregunta y respuesta, ayudó a obtener información eficiente. Para la entrevista estructurada, se realizó una guía de 12 preguntas.

Se adjunta formato de encuesta y entrevista (ver sección Anexos No.1 y 2).

3.6. Población o Universo

La población o universo de la presente investigación, lo conformaron, los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter que mostraron interés en las publicaciones sobre el

tema investigado y otros temas relacionados que influyeron en la opinión pública durante la crisis sociopolítica guatemalteca 2015.

3.7. Muestra

La muestra de la que se obtuvieron los resultados para la presente investigación, lo conformaron los usuarios de Facebook y Twitter que participaron en la encuesta en línea, la cual fue publicada dentro de cada red social respectivamente. Los usuarios que respondieron el cuestionario fueron 50. Este cuestionario estuvo en las redes sociales un lapso de 15 días. Para el análisis de contenido, se tomó como muestra las publicaciones seleccionadas, tomando en cuenta la tendencia que proporcionó la encuesta, respecto a los sucesos que más llamaron la atención de los usuarios en las redes sociales, a través de los likes, las veces que fueron compartidas y de la cantidad de comentarios que tuvieron, se seleccionaron 10 publicaciones.

3.8. Procedimiento metodológico

- La encuesta fue publicada en línea para poder ser respondida a criterio de los todos usuarios que quisieran participar y proporcionar su opinión, estando disponible por 15 días.
- La entrevista fue respondida por 2 profesionales de la comunicación, aportando valiosas opiniones sobre el tema investigado.
- Los temas analizados fueron seleccionados por las publicaciones de los sucesos que causaron mayor interés en los usuarios de las redes sociales Facebook y twitter con opiniones e informaciones publicadas en los perfiles y páginas de los medios de comunicación convencionales y páginas de grupos u organizaciones ciudadanas.

- Después de seleccionar las publicaciones interés en el período de investigación establecido, basado en la tendencia de los temas que proporcionó la encuesta, se procedió a realizar el análisis de contenido, basado en la técnica utilizada por Bernard Berelson en su obra *Content Analysis in Communications Research*, aplicando las diferentes unidades de análisis que se indican y determinando las funciones del lenguaje de acuerdo a Roman Jakobson (1963) *Ensayo de Lingüística General*. (Berelson B. , 1952)

Capítulo 4

Análisis de Resultados

En este capítulo, se presentan los resultados del estudio realizado por medio de los instrumentos de investigación, los cuales fueron: La entrevista, la encuesta y el análisis de contenido. Para la realización de este estudio, también se obtuvo la opinión de profesionales para abordar los temas de comunicación, redes sociales y opinión pública.

Cuando se habla de opinión pública, se llama así a la capacidad que tiene el individuo de reflexionar sobre las circunstancias que le rodean y la emisión de juicios de valor sobre un tema determinado.

En la actualidad, es posible que no se maneje un concepto o una definición concreta con respecto a la opinión pública, puesto que, cada persona tiene su forma de pensar y al utilizar su derecho de emitir una opinión sobre cualquier tema, lo hace automáticamente público, aún sin ser intencionado.

Una sociedad en la cual, las personas interactúan entre sí, tiene intrínseca la característica de generar opinión pública, debido a la convivencia, la cultura, el trabajo en equipo, la unidad, la educación, etc. le permite y le crea la necesidad de interesarse en los sucesos que acontecen a su alrededor y es donde las redes sociales juegan un papel importante pues son nuevos canales de información, que forman parte del universo de herramientas de tecnología que en la actualidad, apoyan la comunicación. Dentro de ellas, los roles de emisor y receptor se intercambian constantemente, por medio de mensajes que pueden incluir imágenes, textos, enlaces, vínculos, etc. lo que enriquece la información que se obtiene de ellas.

Mientras un gran número de usuarios utilizan las redes sociales para entretenimiento e interactuar, otras han cambiado su preferencia de los medios de comunicación masiva, a la comodidad de acceder a la misma información inclusive desde su teléfono inteligente, tableta o cualquier dispositivo al alcance de su mano.

Las redes sociales están influyendo en la opinión pública de la sociedad guatemalteca. Esta aseveración, se pudo constatar durante la crisis sociopolítica 2015, donde las redes sociales jugaron un papel determinante para interactuar, informar, comunicar e incluso convocar diferentes movilizaciones que se llevaron a cabo y que fueron consecuencia de la opinión pública generada.

La opinión pública de una sociedad es determinante para su propio futuro. Si una sociedad no se comunica y no se expresa, no puede generar cambios, no puede aportar ideas ni compartirlas. Por lo tanto, en la sociedad guatemalteca de igual manera, es indispensable que sus miembros interactúen, se comuniquen y creen consensos que beneficien a toda la sociedad en general. Aquí es donde radica la importancia de las redes sociales, que ya no se toman a la ligera o como un juego interactivo sino como poderosas herramientas de comunicación.

4.1. Análisis y tabulación de resultados de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada on Line, durante el período del 8 al 23 de febrero de 2016.

Esta encuesta se publicó directamente en las redes sociales Facebook y Twitter y fueron los usuarios quienes respondieron las preguntas que nos permite obtener los siguientes resultados:

Grafica No.1

Usuarios de las redes sociales



El 96 % de los encuestados respondieron que Sí son usuarios constantes de las redes sociales y el 4% de los usuarios respondieron que No.

Esta respuesta permite hacer la referencia de que existe en la actualidad, un aumento en el uso de las redes sociales.

Gráfica No.2

Preferencia en las redes sociales



El 84% de los usuarios respondieron que Facebook es su red social preferida. El 2% de los usuarios respondió que Twitter. El 14% de los usuarios indicaron que otra red social no especificada es la de su predilección.

Este resultado permite aseverar que la red social Facebook en la actualidad ha alcanzado un posicionamiento que ha ido en aumento desde su creación a nivel nacional.

Esto se atribuye a la versatilidad de la información que comunica y la facilidad que tienen los medios tradicionales de poseer una página oficial para transmitir la información de alto impacto y más relevante.

Informar a todos los usuarios de manera inmediata es lo que la hace tan versátil. Esto lo logra por medio de publicaciones que incluyen imágenes de los sucesos que están sucediendo, inclusive con videos en vivo, que es la modalidad que recientemente presenta esta red social.

Gráfica No. 3

Utilidad de las redes sociales



El 90% de los usuarios consideran que Sí, las redes sociales son una herramienta útil en su vida cotidiana. El 10% de los usuarios considera que No.

Este resultado afirma que las redes sociales juegan un papel importante en la vida cotidiana de los usuarios. Al igual que en tiempos pasados, el periódico formaba parte de la cotidianidad de las personas, quienes acostumbraban a comprar su ejemplar cada mañana para poder informarse de lo acontecido el día anterior o el noticiero del medio día y el nocturno que las personas esperaban para conocer lo acontecido durante el día;

son las redes sociales, las que ocupan este papel informativo que es accesible para personas de todas las edades, clase social y económica y que residen en cualquier parte del país, mientras se cuente con el servicio de Internet.

Gráfica No. 4

Sentido de Identidad



El 54% de los usuarios respondieron que Sí, utilizar las redes sociales les hace sentirse parte de la sociedad guatemalteca. El 46% indicaron que No.

Esta respuesta permite considerar que no existe sentido de identidad en la mayoría de la sociedad guatemalteca que son usuarios de las redes sociales. Estos usuarios, las utilizan para informarse, comunicarse y entretenerse pero aún no los hace identificarse como un grupo específico. A esto se va aproximando la sociedad guatemalteca, que cada vez cuenta con más facilidad de acceso a la red de Internet y a permanecer conectado más tiempo que en años anteriores.

Esto indica que las redes sociales son útiles, facilitan algunas tareas y apoyan en otras pero no les proporciona sentido de identidad arraigado. Éstos canales de información lo que los hace tener y sentir identidad, es la información que reciben de ellas lo que les hace sentirse identificados.

Gráfica No. 5

Importancia de las redes sociales como canal de información



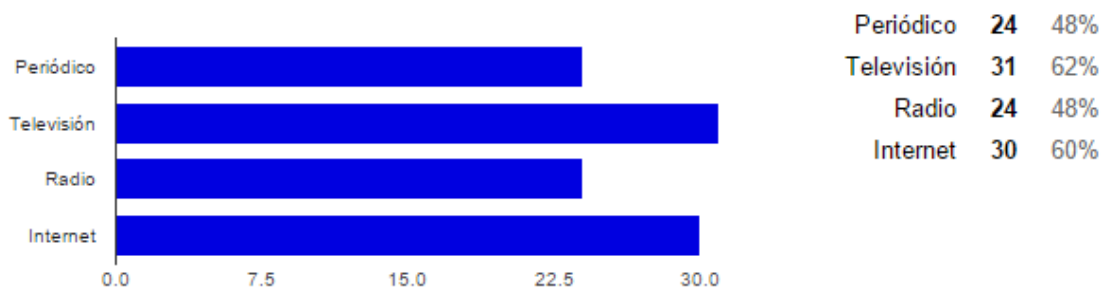
El 94% de los usuarios respondieron que Sí, las redes sociales son una herramienta para informarse de la situación actual del país. El 6% indicaron que No.

Esta respuesta permite aseverar que las redes sociales son una importante fuente de información que influye en los usuarios dentro de la sociedad guatemalteca.

Las redes sociales permiten a los usuarios, conocer los diferentes sucesos de una manera inmediata y a la vez, darle el seguimiento que estos mismos canales, les da a las publicaciones. Al ser ésta, información de interés general y que de alguna manera, afecta a toda la sociedad, es cuando contribuye a la formación de la opinión pública.

Gráfica No. 6

Preferencia de medios de comunicación

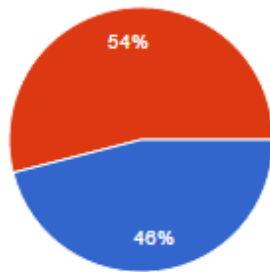


Estas respuestas permiten conocer que los medios de comunicación tradicionales, siguen siendo utilizados por la sociedad guatemalteca, en especial, la televisión que por ser un medio masivo continúa en la preferencia de los usuarios.

Además, es el medio que utiliza imágenes en movimiento, la sociedad guatemalteca le da preferencia para poder informarse acerca de este tipo de acontecimientos, tomando en cuenta los límites que tiene el acceso a Internet.

Gráfica No. 7

Confiabilidad de la información de las redes sociales



Si	23	46%
No	27	54%

El 46% de los usuarios respondieron que Sí, la información de las redes sociales es confiable. El 54% de los usuarios respondieron que No.

Esta respuesta permite conocer que los usuarios de las redes sociales, a pesar de que se informan por medio de las mismas, muchas veces consideran que la información podría no ser verídica, todo depende de la fuente de la información recibida.

Es necesario, acceder a las páginas oficiales de entidades que poseen alta credibilidad y que se hacen responsables de las publicaciones para poder corroborar que la información que se está recibiendo es verídica y confiable.

Hoy en día, existe un sin número de páginas que han sido creadas con el objetivo de tergiversar la información, la difamación y el amarillismo como sucede con otros medios de comunicación.

Aún hay desconfianza de la población sobre el manejo de la información en redes sociales y las fuentes que emiten la información.

Gráfica No. 8

Generación de opinión pública



El 94% de los usuarios respondieron que Sí, la información divulgada en redes sociales puede generar opinión pública. El 6% de los usuarios respondieron que No.

Esta respuesta permite corroborar la información publicada en las redes sociales tiene el poder de generar opinión pública.

Esto se atribuye a que el conocimiento de los acontecimientos y el seguimiento de los mismos, permite a los usuarios tener una idea clara y formarse un criterio propio sobre dicha información.

A su vez, les permite analizar dicha información y finalmente emitir un juicio propio por medio de un comentario, una publicación en su perfil y tomar acciones si fuera necesario, realizando convocatorias y movilizaciones.

Gráfica No. 9

Influencia de los medios de comunicación en la opinión pública guatemalteca



El 74% de los usuarios respondieron que Sí, la opinión pública era influenciada por los medios de comunicación en el pasado. El 26% de los usuarios respondieron que No.

Esta respuesta permite confirmar que desde siempre, los medios de comunicación han tenido una influencia importante en la formación de la opinión pública de la sociedad guatemalteca.

Es claro que en la actualidad, los medios de comunicación siguen teniendo dicha influencia más se han sumado otros canales de información como las redes sociales y el Internet, restándoles muchas veces el impacto que tenían en el pasado.

Gráfica No. 10

Influencia de las redes sociales en la opinión pública actual



El 92% de los usuarios respondieron que Sí, la opinión pública es influenciada hoy en día por la información publicada en las Redes Sociales. El 8% de los usuarios respondieron que No.

Esta respuesta afirma que las redes sociales son generadoras de opinión pública, su impacto ha sido trascendental dentro de la sociedad guatemalteca y han permitido, hacer del dominio público, temas y situaciones que con anterioridad no se daba importancia. El seguimiento que se puede dar a los sucesos es que permite acceder a información mucho más profunda que en los medios de comunicación tradicionales no ofrecen debido al tiempo en el aire y el costo de este tiempo.

Las redes sociales tienen la característica de poder ser atemporales y gratuitas si se cuenta con el servicio de internet.

Gráfica 11

Importancia de la opinión pública para el futuro del país



El 94% de los usuarios respondieron que Sí, la opinión pública es determinante para el futuro del país. El 6% de los usuarios respondieron que No.

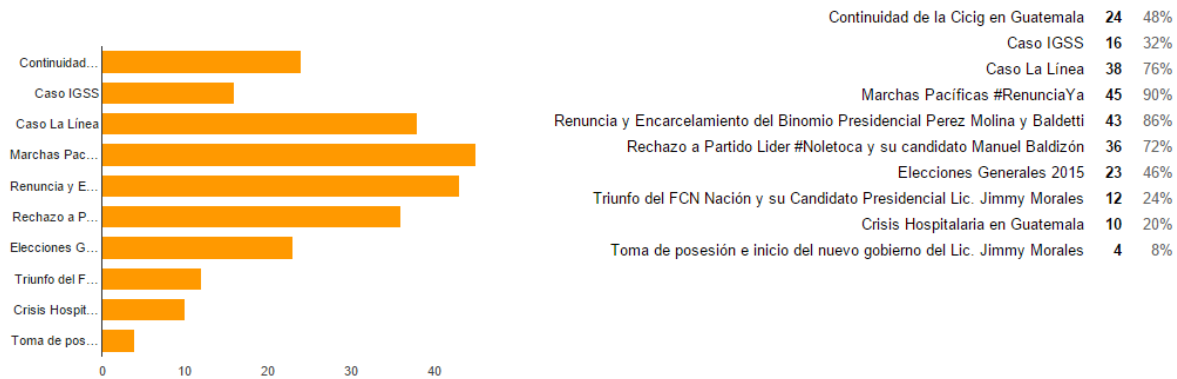
Esta respuesta permite afirmar que de manera definitiva, la opinión pública de la sociedad guatemalteca es determinante para el futuro del país.

Esto quiere decir que, una sociedad plenamente informada y con acceso a muchos temas que con anterioridad desconocía, la convierte en una sociedad a la expectativa, que acciona y emite juicios, que se comunica y expresa su aprobación o desaprobación respecto a todos los temas que le afectan a nivel personal, familiar, local o bien a nivel nacional; en su entorno, su economía, sus relaciones. También, respecto a sus gobernantes y sus leyes, en fin en un mundo de temas de los cuales se siente partícipe con sólo el hecho de permanecer informado.

La opinión pública es, en la actualidad, un hecho que hace la diferencia de manera positiva en el desenvolvimiento de la política del país y también debe ser determinante para la ejecución de las leyes y normas que fomenten el desarrollo de la sociedad guatemalteca.

Gráfica 12

Sucesos de impacto durante la crisis sociopolítica guatemalteca 2015 publicados en las redes sociales



Esta pregunta se hizo con el objetivo de determinar un ranking de importancia de los sucesos de impacto que fueron convertidos en publicaciones dentro de las redes sociales Facebook y Twitter, el cual se presenta a continuación:

1. Marchas Pacíficas #RenunciaYa

El 90% de los usuarios determinaron que las notas informativas etiquetadas con #RenunciaYa y las relacionadas con estas movilizaciones pacíficas fueron las de mayor impacto social en el período de tiempo que se realizó esta investigación.

Estas publicaciones fueron las que generaron de una manera poco común, la Opinión Pública y provocaron acciones en la sociedad guatemalteca, despertando en gran parte de la sociedad, un fervor patriótico y el deseo de expresar su forma de pensar sobre los sucesos que se estaban viviendo en el territorio guatemalteco.

2. Renuncia y Encarcelamiento del Binomio Presidencial Pérez Molina y Baldetti.

El 86% de los usuarios determinaron que las publicaciones acerca de la Renuncia y posterior encarcelamiento del Binomio Presidencial conformado por Otto Pérez Molina y Roxana Baldetti fueron también de mucha importancia e interés durante este período.

Estas publicaciones, le dieron seguimiento a este suceso paso a paso, desde que la misma sociedad guatemalteca clamaba por justicia social y a la vez, denunciaba la excesiva corrupción e impunidad sobre funcionarios de gobierno, las mismas se convirtieron del dominio público como producto de investigaciones de la CICIG, hasta el momento que sucedieron las detenciones y encarcelamientos de cada una de ellos.

3. Caso La Línea

El 76% de los usuarios determinaron que las publicaciones acerca del Caso La Línea causaron impacto en la sociedad guatemalteca.

A esta información en particular, hasta la actualidad se le ha dado seguimiento pues se trata de un caso muy extenso, en el que intervinieron muchas personas y aún se sigue un proceso de investigación.

Estas publicaciones causaron mucho morbo en la sociedad guatemalteca pues la corrupción que se estaba dando en las aduanas y en la SAT respectivamente, afectó en sobre manera el sector salud y educación, lo que provocó gran indignación y rechazo en toda la sociedad.

4. Rechazo al partido LIDER #Notetoca y su candidato Manuel Baldizón.

El 72% de los usuarios determinaron que las publicaciones que abordaron el tema del partido LIDER y la etiqueta #Notetoca también causaron mucho interés en la sociedad guatemalteca.

Estas publicaciones fueron de gran trascendencia para la sociedad guatemalteca que en ese momento, se preparaba para las elecciones generales que se llevarían a cabo en la recta final del año 2015.

El ambiente que se vivió en el país, el rechazo de la sociedad guatemalteca hacia los políticos tradicionales y hacia una campaña electoral en que se pretendía la imposición del candidato del partido LIDER, Manuel Baldizón, provocó la reacción de la Opinión Pública en contra de esta propuesta política, lo que desembocó en el rechazo electoral total y contundente ante las urnas electorales en el mes de septiembre de 2015.

5. Continuidad de la CICIG en Guatemala.

El 48% de los usuarios determinaron que las publicaciones sobre la continuidad de la CICIG en Guatemala, causaron impacto en la sociedad guatemalteca y generaron Opinión Pública a nivel nacional.

Aunque la CICIG, lleva ya varios años en Guatemala y ha tenido tres comisionados durante su permanencia en el territorio guatemalteco, en esta oportunidad, la sociedad se mantuvo más atenta e interesada en que se solicitara la continuidad a la misión de la CICIG.

Esta información se mantuvo con gran actividad en las redes sociales, cuando el ahora ex Presidente Otto Pérez Molina, confirmó la continuidad de este organismo, el hecho provocó la aceptación y beneplácito de las mayorías en la

sociedad guatemalteca y evidenció el respaldo hacia el trabajo del comisionado el Licenciado Iván Velásquez.

4.2. Análisis de contenido de las publicaciones de las redes sociales Facebook y Twitter.

A continuación se presenta el análisis de contenido de las publicaciones que de acuerdo a la presente investigación, fueron de interés e impacto en la opinión pública guatemalteca durante la crisis sociopolítica guatemalteca 2015.

Las publicaciones se seleccionaron con base en los temas que los usuarios encuestados catalogaron como de mayor importancia o interés, según el análisis de resultados de la encuesta y también por la popularidad, la cantidad de likes, las veces que fueron compartidas y los comentarios de las mismas.

La metodología del análisis de contenido será utilizada en los textos de estas publicaciones para determinar que puedan aplicarse a su contexto y verificar con ellas, la influencia que tiene la información publicada en las redes sociales para generar opinión pública.

Bernard Berelson en su obra *Content Analysis in Communications Research* (1952), aplicó las diferentes unidades de análisis que se indican a continuación:

Objetivo: Por medio de la vinculación cualitativa – cuantitativo, debe ser un propósito comprobable del texto.

Universo del análisis: Permite determinar el aspecto principal para ser verificado. En este caso fue la función del lenguaje del texto de cada publicación con sus diferentes variables según Roman Jakobson (1963) *Ensayo de Lingüística General*.

- a) Palabras
- b) Frases
- c) Temas

d) Personajes

Categorías del análisis: Determinan el significado de las variables dentro del texto.

- a) Homogeneidad: Que haya lógica entre las variables y el significado analizado.
- b) Utilidad: Que cada variable contribuya a darle significado al texto.
- c) Claridad y Concreción: Que aporte la idea o diferentes ideas que contribuyan al significado.

Conclusión: Aportar una sola idea central del texto analizado.

Predicción: Con base a esta idea de significado central proyectar resultados que debe tener el texto en sus receptores. (Jakobson, 1963)

Imagen 1:



Objetivo: Crear una reacción en las personas que leen el texto y convocar a una respuesta popular.

Universo del análisis: Esta publicación posee un lenguaje apelativo, ya que busca provocar una respuesta por parte de los receptores, convencer u obligar a realizar alguna acción.

Unidades del análisis:

a) Palabras:

- Hoy
- Escupieron
- Pueblo
- Todos

b) Frases:

- Hoy le escupieron en la cara al pueblo.
- Que se vayan todos.
- Que se vayan por las buenas.
- Los sacaremos por las malas.
- En todo el país.

c) Temas:

- Protesta

d) Personajes:

- Pueblo de Guatemala
- País

Categorías de análisis:

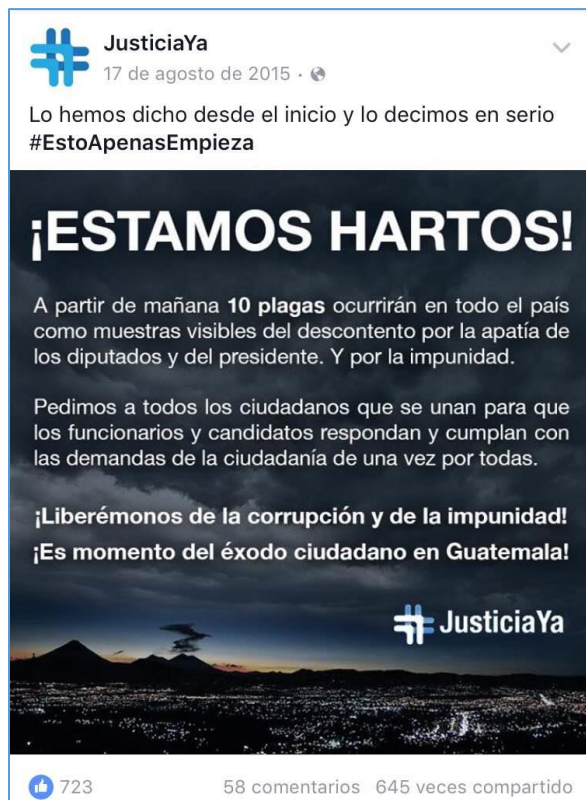
- a) Homogeneidad: El texto invita a los receptores a adoptar la idea o sentimiento de traición hacia el pueblo cuando informa acerca que “Hoy le escupieron la cara al pueblo”; a su vez, lanza una invitación apelativa a buscar una solución que le lleve a su objetivo “Que se vayan todos” “Si no se van por las buenas, nosotros los sacaremos por las malas”
- b) Utilidad: Incentivar la reacción de los receptores a tomar acciones sobre la situación actual del país.

- c) Claridad y concreción: Utiliza un lenguaje coloquial para llegar a la mayor cantidad de receptores.

Conclusión: Cumple la misión de informar y apelar al sentimiento del pueblo, acerca de una acción absolutamente necesaria, debido a la situación que se vivía en ese momento histórico.

Predicción: Realización de una manifestación popular para obtener respuestas claras por parte de las autoridades para el pueblo de Guatemala.

Imagen 2:



Objetivo: Invitar a los receptores a participar e integrarse a un movimiento específico de protesta.

Universo de Análisis: Esta publicación posee un lenguaje emotivo, ya que, expresa un sentimiento de indignación, de inconformidad y cansancio ante una circunstancia o situación.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Hartos
- Plagas
- Descontento
- Apatía
- Impunidad
- Corrupción
- Éxodo

b) Frases:

- Estamos hartos.
- Liberémonos de la corrupción y la impunidad.
- Es momento del éxodo ciudadano en Guatemala.

c) Temas:

- Liberación del pueblo

d) Personajes:

- Presidente
- Diputados
- Guatemala

Categorías de Análisis:

a) Homogeneidad: Este texto invita a los receptores a participar y manifestar, apelando a un mismo sentimiento general de descontento y apatía hacia los funcionarios públicos. Además, se complementa con la analogía que plantea la historia bíblica sobre el Éxodo y las Diez Plagas.

- b) Utilidad: Apelar a los sentimientos de los receptores y contagiar la necesidad de manifestar sus exigencias.
- c) Claridad y Concreción: Presenta un lenguaje claro y puntual acerca de los sentimientos de descontento, apatía e inconformidad, utilizando un lenguaje formal.

Conclusión: Esta publicación logra transmitir a los receptores el sentir del emisor para obtener una respuesta generalizada para rechazar la impunidad y la corrupción.

Predicción: Realiza una conexión entre los miembros de la sociedad guatemalteca para rechazar la realidad en la que vivían.

Imagen 3:



Objetivo: Informar a los receptores sobre un suceso de importancia para la población guatemalteca.

Universo de Análisis: Esta publicación posee un lenguaje fáctico, puesto que se centra en verificar que la información llegue a su destino, cumpla su objetivo y logre mantener el interés sobre los sucesos del acontecer nacional que generan la opinión pública del pueblo en general.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Capturada
- Ex – vicepresidenta
- Sindicada
- Desfalco
- Aduanas

b) Frases:

- Ahora con mayor razón.
- Otto Pérez Molina debe renunciar
- Felicitémonos Guatemala
- ¡Capturada!
- Ultima Hora

c) Temas:

- Hacer Justicia

d) Personajes:

- Otto Pérez Molina
- Roxana Baldetti
- Guatemala

Categorías de Análisis:

a) Homogeneidad: Este texto informa al pueblo de Guatemala, sobre el avance de la justicia hacia los funcionarios públicos sindicados por corrupción y la atención al clamor popular contra la impunidad.

- b) Utilidad: Transmite un mensaje informativo a la ciudadanía que demuestra que se ha conseguido un objetivo.
- c) Claridad y Concreción: Presenta enfáticamente que la información es positiva para quienes se sienten parte del movimiento ciudadano.

Conclusión: Informa al pueblo de Guatemala y manifiesta la aprobación generalizada.

Predicción: Realiza una labor informativa que permite a los receptores estar involucrados con los sucesos con inmediatez.

Imagen 4:



Objetivo: Convocar a los receptores, en especial al estudiantado, a manifestar masivamente en contra de la impunidad y la corrupción.

Universo de Análisis: Esta publicación posee un lenguaje emotivo, en el cual, apela a hacer valer el derecho de libre expresión del pensamiento.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Paro
- Nacional
- renuncia
- Movilización
- Masiva

b) Frases:

- Paro Nacional
- La renuncia de Otto Pérez Molina
- Ningún candidato ni partido político nos representa.
- No a las elecciones.

c) Temas:

- Manifestación Masiva
- Exigir renuncia de Otto Pérez Molina
- Paro Nacional

d) Personajes:

- Universidad de San Carlos de Guatemala
- Estudiantado sancarlista
- Pueblo de Guatemala

Categorías de Análisis:

- a) Homogeneidad: Este texto convoca a los receptores a manifestar y movilizarse pacíficamente para exigir la renuncia de Otto Pérez Molina.
- b) Utilidad: Crea la necesidad de sentirse parte del movimiento ciudadano, incita a apoyarlo y unirse al mismo.
- c) Claridad y Concreción: Manifiesta una única propuesta de manera directa, una idea central que consiste en la realización de un Paro Nacional, utilizando un lenguaje coloquial.

Conclusión: Informa y apela al sentir del pueblo guatemalteco a movilizarse y tomar acciones concretas para conseguir que sus peticiones sean escuchadas, en este caso, la renuncia de Otto Pérez Molina.

Predicción: Lograr la convocatoria y la participación de los receptores.

Imagen 5:



Objetivo: Conocer la opinión de la Fiscal General Thelma Aldana acerca de la situación del presidente Otto Pérez Molina.

Universo de Análisis: Esta publicación utiliza un lenguaje referencial, ya que, da a conocer una opinión específica sobre un tema de interés general de la ciudadanía guatemalteca.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Respuesta
- Fiscal General

- pregunta
- Presidente
- Decepción
- Involucrado
- Caso La Línea

b) Frases:

- ¿Qué le diría usted al presidente?
- Esta fue la respuesta.
- Con mucha pena y mucha decepción.
- Otto Pérez está involucrado en el Caso La Línea.

c) Temas:

- Opinión de la Fiscal General Thelma Aldana

d) Personajes:

- Otto Pérez Molina
- Thelma Aldana

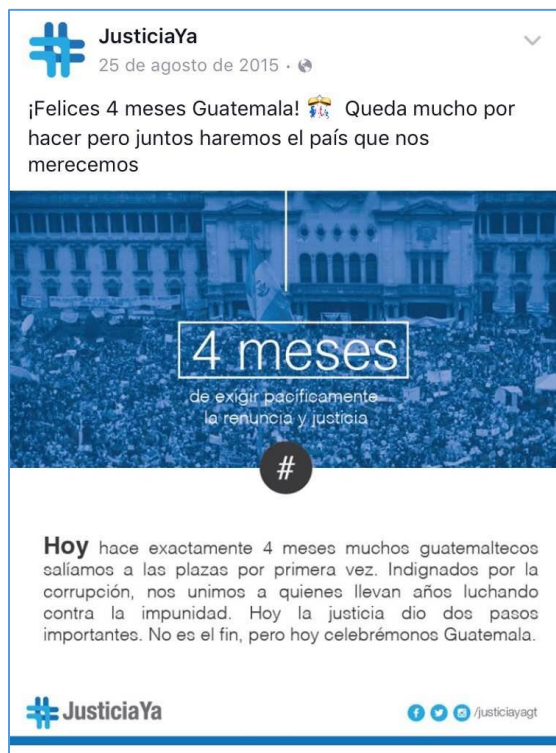
Categorías de Análisis:

- Homogeneidad: Manifiesta textualmente la opinión de la Fiscal General Thelma Aldana, acerca del Presidente Otto Pérez Molina e informa al pueblo de Guatemala para que pueda emitir su propio criterio y generar opinión pública.
- Utilidad: Informa directamente una opinión de interés.
- Claridad y Concreción: Informa concretamente sin aportar ningún otro dato y se enfoca en expresar esta importante opinión con un lenguaje formal.

Conclusión: Da a conocer a los receptores la opinión de la Fiscal General Thelma Aldana, generando opinión pública en base a sus importantes y acertadas declaraciones.

Predicción: Generar opinión pública acerca de las acusaciones hacia el presidente Otto Pérez Molina.

Imagen 6:



Objetivo: Rememorar el tiempo en el que inició el movimiento ciudadano.

Universo de Análisis: Esta publicación utiliza un lenguaje emotivo, manifestando el valor que tiene la unión ciudadana y lo que se ha conseguido hasta ese momento.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Guatemala
- Hoy
- Salir
- Indignados
- Corrupción
- Impunidad
- Justicia
- Fin

- exigir
- Celebramos

b) Frases:

- Felices 4 meses Guatemala.
- Queda mucho por hacer.
- Juntos haremos el país que merecemos.
- Exigir pacíficamente.
- Hoy celebramos Guatemala.

c) Temas:

- Rememorar el movimiento ciudadano.

d) Personajes:

- Guatemala

Categorías de Análisis:

- a) Homogeneidad: Apela los sentimientos de los receptores a rememorar el inicio del movimiento ciudadano y ayuda a tener presente el objetivo de las manifestaciones pacíficas.
- b) Utilidad: Motivar a continuar siendo parte del movimiento ciudadano.
- c) Claridad y Concreción: Manifiesta emotivamente, la importancia de recordar las causas y celebrar los efectos que ha tenido la unidad nacional y las movilizaciones pacíficas utilizando un lenguaje coloquial.

Conclusión: Recuerda a los receptores que ha valido la pena, el despertar ciudadano y la participación masiva del pueblo, además de motivar a continuar hasta conseguir los objetivos.

Predicción: Fortalece la unidad nacional al recordar el sentir ciudadano.

Imagen 7:



Objetivo: Informar acerca de un suceso muy importante y manifestar la inherente aprobación de la sociedad guatemalteca.

Universo de Análisis: Esta publicación utiliza un lenguaje fáctico puesto que informa específicamente acerca de un suceso.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Histórico
- Triunfo
- Ciudadano
- Eliminar
- Inmunidad

b) Frases:

- ¡Día histórico!
- Triunfo ciudadano.
- Vamos Guatemala a las plazas.

- A vivir este momento.
- El Congreso de la República eliminó la inmunidad de Otto Pérez Molina.

c) Temas:

- Día histórico.

d) Personajes:

- Ciudadanía
- Otto Pérez Molina
- Congreso de la República

Categorías de Análisis:

- a) Homogeneidad: Informa acerca del suceso histórico que vive la sociedad guatemalteca, apelando al sentimiento de satisfacción por haber obtenido respuesta al clamor ciudadano.
- b) Utilidad: Contagiar emotivamente sobre el resultado de la unión ciudadana.
- c) Claridad y Concreción: Se enfoca en informar concretamente sobre la decisión tomada por el Congreso de la República y motiva a celebrar que se consiguió el objetivo utilizando un lenguaje formal.

Conclusión: Informa a la ciudadanía sobre el triunfo conseguido y fomenta a continuar con la unidad nacional.

Predicción: Celebrar el triunfo obtenido por la sociedad guatemalteca y motivar a seguir apoyando el movimiento ciudadano.

Imagen 8:



Objetivo: Apoyar el movimiento ciudadano y las movilizaciones pacíficas.

Universo de Análisis: Esta publicación utiliza un lenguaje referencial, puesto que, trasmite el mensaje del Comisionado de la CICIG, Iván Velásquez textualmente.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Protesta
- Expresión
- Rechazo
- Participación
- Interés
- Realidad
- Transforme

b) Frases:

- La protesta no es sólo una expresión de rechazo.
- Es una expresión de participación.

- Esto me afecta.
 - Tengo interés en que esta realidad se transforme.
- c) Temas:
- Realidad Nacional.
 - Participación ciudadana.
- d) Personajes:
- Comisionado Iván Velásquez
 - Guatemala

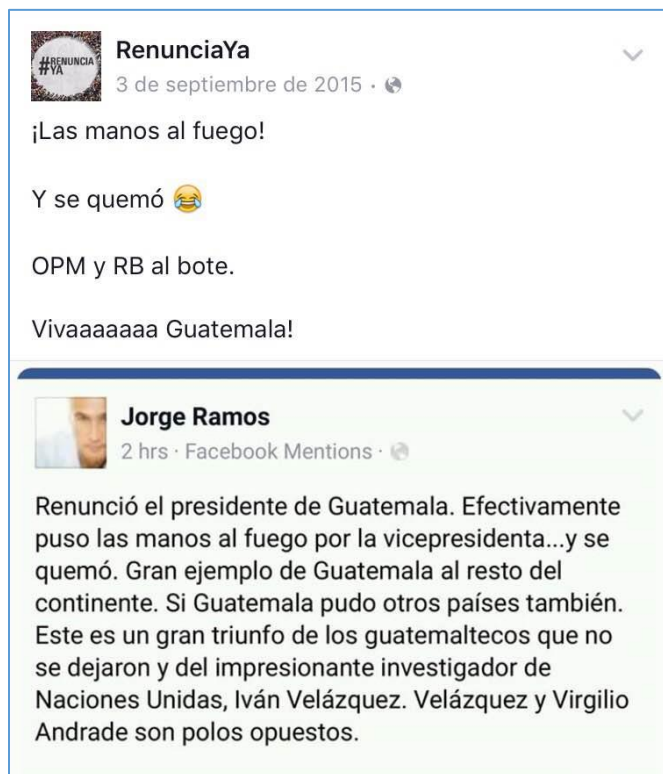
Categorías de Análisis:

- a) Homogeneidad: Transmite el mensaje y la opinión del Comisionado de la CICIG, Iván Velásquez; utiliza sus palabras para generar opinión pública en la sociedad guatemalteca.
- b) Utilidad: Conocer la opinión de una personalidad que apoya la sociedad guatemalteca.
- c) Claridad y Concreción: Transmite un mensaje convincente acerca de la realidad que vive la sociedad guatemalteca e incentiva la opinión pública utilizando un lenguaje formal.

Conclusión: Comunica a la sociedad guatemalteca una opinión acerca de la importancia de manifestarse ante la situación que vive el país, la expresión del sentir ciudadano y la necesidad de protestar ante lo que no busca el bien común.

Predicción: Genera opinión pública y fortalece la unidad nacional.

Imagen 9:



Objetivo: Informar acerca de la opinión de la prensa internacional sobre la situación del país.

Universo de Análisis: Esta publicación utiliza un lenguaje emotivo y referencial, ya que, comparte la forma en la que la prensa observa la situación del país y la opinión pública internacional, a la vez que expresa su aprobación.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Viva
- Guatemala
- Renunció
- Presidente
- Vicepresidenta
- Ejemplo

- Triunfo
- b) Frases:
- Las manos al fuego.
 - Y se quemó.
 - Viva Guatemala.
 - Renunció el presidente de Guatemala
 - Gran ejemplo de Guatemala al resto del continente.
 - Este es un gran triunfo de los guatemaltecos.
- c) Temas:
- Renuncia del presidente Otto Pérez Molina
- d) Personajes:
- Otto Pérez Molina
 - Roxana Baldetti
 - Iván Velásquez
 - Pueblo de Guatemala

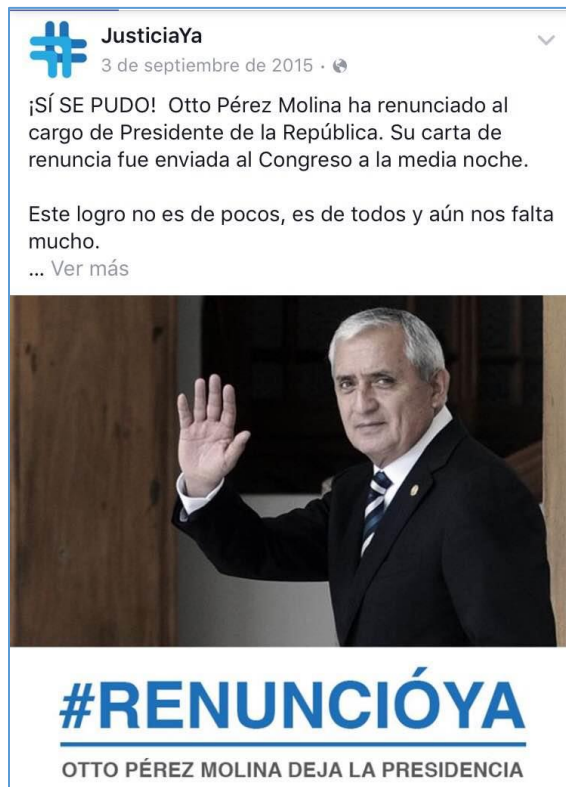
Categorías de Análisis:

- a) Homogeneidad: Informa sobre la opinión de la prensa internacional y genera opinión pública de la sociedad guatemalteca al observar el triunfo ciudadano al colocar a Guatemala como ejemplo para todo el continente.
- b) Utilidad: Motiva a la acción de movimientos ciudadanos a continuar con el clamor de todo un pueblo.
- c) Claridad y Concreción: Informa claramente sobre la opinión de la prensa internacional y comunica la aprobación del triunfo obtenido, utilizando un lenguaje coloquial.

Conclusión: Motiva a la sociedad guatemalteca para continuar manifestando el clamor de todo un pueblo que sirve de ejemplo para otros países que padecen los mismos o similares conflictos y también se decidan a exigir justicia ante la impunidad y la corrupción.

Predicción: Celebra la opinión pública internacional sobre Guatemala.

Imagen 10:



Objetivo: Informar acerca de un suceso importante para el pueblo de Guatemala, en especial, a la ciudadanía que salió a las calles a manifestar.

Universo de Análisis: Esta publicación utiliza un lenguaje emotivo, ya que, apela a las emociones de los ciudadanos, resaltando que ha tenido resultado el clamor popular y la unidad nacional.

Unidades de Análisis:

a) Palabras:

- Renunció
- Enviada
- carta
- Dejar
- Presidencia

b) Frases:

- ¡Si se pudo!
- Renunció Ya
- Otto Pérez Molina ha renunciado al cargo de presidente.
- Su carta de renuncia fue enviada al Congreso a la media noche.
- Este logro no es de pocos, es de todos.
- Y aún falta mucho.

c) Temas:

- Renuncia de Otto Pérez Molina

d) Personajes:

- Otto Pérez Molina
- Congreso de la República

Categorías de Análisis:

- a) Homogeneidad: Informa de una manera emotiva sobre un suceso importante para la sociedad guatemalteca y genera opinión pública ante una situación que ya se esperaba y que era cuestión de tiempo.
- b) Utilidad: Motiva la unidad ciudadana pues comprueba que si fue atendido el clamor popular.
- c) Claridad y Concreción: Presenta el orden en que se llevó a cabo el suceso para hacerlo del conocimiento de los receptores y apela a los sentimientos de satisfacción y celebración utilizando un lenguaje formal.

Conclusión: Celebra con el pueblo de Guatemala un hecho que todos esperaban y por el que se habían llevado a cabo muchas movilizaciones pacíficas. Finalmente se realiza y se consigue el objetivo.

Predicción: Propicia un ambiente de celebración ante el suceso y motiva a continuar con la lucha contra la impunidad y la corrupción.

III

Conclusiones

- Se concluyó que las publicaciones realizadas en las redes sociales Facebook y Twitter que generaron impacto en la sociedad guatemalteca, fueron aquellas que se les dio el seguimiento dentro de estas mismas redes sociales, adquiriendo aceptación de los usuarios y convirtiéndose en populares. Estas publicaciones fueron realizadas con inmediatez y veracidad, permitiendo a los usuarios de las redes sociales acceder a la información y permanecer informados.
- Se constató que las redes sociales en la actualidad, se han convertido en los canales de comunicación que han alcanzado mayor importancia para mantener informada un sector de la sociedad guatemalteca, precisamente los usuarios de las mismas. Aunque la información que puede encontrarse en las redes sociales, puede carecer de confianza, dependiendo del origen de dicha información, los usuarios, consideran a las redes sociales una herramienta muy útil para permanecer informados. Así mismo, la red social Facebook es la predilecta para la gran mayoría de ellos, debido a su versatilidad y la facilidad de acceder a todo tipo de páginas informativas, especialmente las páginas oficiales de movimientos ciudadanos y portales de los medios de comunicación convencionales.
- Se concluyó que las publicaciones de las redes sociales Facebook y Twitter, consiguieron tener un impacto en sus receptores, debido a que poseen contenidos, conformados por unidades de texto llamativas que permiten obtener una retroalimentación en los receptores. La información proporcionada por estas publicaciones, contribuyó al desarrollo de la opinión pública, pues desencadenó convocatorias de manifestaciones pacíficas y unidad nacional en contra de la problemática suscitada durante la crisis sociopolítica guatemalteca 2015. También, contribuyó al despertar cívico de un sector de la sociedad guatemalteca, el deseo de expresar sus ideas, denunciar todos los hechos que afectaron a la misma y denunciar la crisis del capitalismo y la corrupción que atenta contra una débil democracia existente en este país.

IV

Recomendaciones

- Se recomienda a los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter, tomar en cuenta, la fuente de origen de la información que obtienen en las redes sociales, pues la veracidad de la información que se publica en ellas, depende de la credibilidad de las páginas y sitios que se consultan.
- Se recomienda a los usuarios de las redes sociales, utilizarlas adecuadamente, respecto a la información que publican en sus perfiles personales, ya que, siendo una herramienta de comunicación, brinda la posibilidad de informar a otras personas sobre el punto de vista personal, acerca de los conflictos que vive la sociedad guatemalteca.
- Se recomienda a las personas que tengan acceso a la presente investigación, que profundicen en la importancia de la crisis sociopolítica que vivió Guatemala en el año 2015 y la influencia que tuvieron las publicaciones realizadas en las redes sociales Facebook y Twitter.

V

Bibliografía

- ABC, D. (2015). Retrieved from www.definitionabc.com.
- AC, i. (2014). *Redes Centroamérica*. Guatemala.
- Avila Cano, R. M. (2006). *Periodismo*. Mexico Df.
- Avilés, J. A. (2015). *Comunicación en la Red, Teorías, Modelos y Prácticas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Benedicto XVI. (2009). *Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. El Vaticano: www.vaticano.va.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communications Research*.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe.
- Bilton, N. (2014). *La verdadera historia de Twitter*. New York: Gestion 2000.
- Campbell, F. (1994). *Periodismo Escrito*. Mexico: Ariel.
- Candeira, J. (2015). *Día Mundial del Internet*. Madrid, España: Barrapunto.com.
- Capellan, G. (2008). *Opinión Pública: Historia y Presente*. Madrid, España: Trotta.
- Castrejon, E. (2012). *Webadictos*. Retrieved from <http://webadictos.com/2012/11/04/breve-historia-de-facebook/>
- De la Luz, S. (2010). *Redes Sociales: Seguridad y Privacidad*. www.redeszone.com.
- Directo, M. (2011). *Breve Historia de las Redes Sociales*. Madrid, España: www.marketingdirecto.com.
- Dvorak, P. (2010). *Redes Sociales: Historia, Oportunidades y Retos*. *The Wall Street, ForumLibertas.com*.
- Echeverria, J. (1999). *Los Señores del Aire. Telepolis y el Tercer Entorno*. Barcelona, España: Destino, Pag. 5.
- Educativo, P. (2014). *Generos Periodísticos*. www.portaleducativo.com.
- Galindo, C. L. (1992). *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural*. Argentina: Homo Sapiens.
- Galindo, L. J. (1992). *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural*. Argentina: Homo Sapiens.
- Gonzalez R., P. (2014). *Las Redes Sociales. Su influencia en la Sociedad Actual*. España.
- Grijelmo, A. (2003). *El Estilo del Periodista*. Barcelona: Santillana.
- Grupo Casabal. (2011). *Redes Sociales en Centroamérica*. Guatemala: Corpoeventos.

- Hume, D. (2014). *David Hume y la Ciencia de la Opinión*.
- iLifebelt, A. (2014). *Redes Centroamérica*. Guatemala.
- Jakobson, R. (1963). *Ensayo de Linguística General*.
- Juárez, A. M. (2015). *Opinión Pública de los Jóvenes en Facebook*. Guatemala: ECC-USAC.
- Juárez, E. (2014). *Redes Sociales, Un motor digital de Opinión Pública*. Guatemala: Periodico La Hora.
- Kirkpatrick, D. (2011). *El Efecto de Facebook*. Barcelona: Gestion 2000.
- Lamarca, M. J. (2013). *El Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. España: puertadetoledo@blogspot.com.
- Machado, A. y. (2011). *La Globalización y Las Redes Sociales. Análisis del Entorno*.
- Marín, V. L. (1986). *Manual de Periodismo*. México: Grijalbo.
- Mora y Araujo, M. (2005). *El Poder de la Conversación: Elementos para una Teoría de la Opinión Pública*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Morà, J. C. (2015). Actualidad Política . *Revista Política y Sociedad*, 249.
- Padilla, B. S. (2012). *Características de los Cibermedios* . Medellín, Colombia: www.medellin.edu.co.
- Parsons, T. (1979). *El Sistema Social*.
- RAE. (1970). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid, España.
- Rodríguez, V. (2011). *La Gobernabilidad: El debate de un concepto cambiante*. Madrid, España: Aula Virtual.
- Sandoval, A. M. (2014). *Análisis de Opinión y Contenido en los Medios Sociales*.
- Undaneta, J. (2006). *Modelo Piramidal: Una nueva Redacción para Cibermedios*. Buenos Aires, Argentina.
- Ventura, A. (2004). *Poder y Opinión Pública*. Buenos Aires, Argentina: Rubinzal-Culzoni.
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. U.S.A.: Cambridge University Press.

Anexos

1.

ENTREVISTA

Tema: Análisis de la Opinión Pública en Guatemala

Entrevistado:

Fecha:

Hora:

1. ¿A qué se le llama Opinión Pública?
2. ¿Maneja correctamente el guatemalteco el concepto de Opinión Pública?
3. ¿Qué características debe tener una sociedad para generar Opinión Pública?
4. ¿Qué factores influyen actualmente en la Opinión Pública guatemalteca?
5. ¿En su opinión, qué son las Redes Sociales?
6. ¿Considera usted que las Redes Sociales son una herramienta para la formación de Opinión Pública?
7. ¿Considera usted las Redes Sociales un canal adecuado para la divulgación de Notas Informativas?
8. ¿Según su opinión, cuáles han sido los 5 sucesos de alto impacto dentro de la Sociedad guatemalteca en los últimos tres meses que han generado Opinión Pública?
9. ¿Considera usted que la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca ha sido influenciada por los medios de comunicación en el pasado?
10. ¿Considera usted que hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser influenciada por los medios de comunicación?
11. ¿Considera usted que hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser influenciada por la información divulgada en las Redes Sociales?
12. ¿Considera usted que, hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser determinante para el futuro del país?

2.

ENCUESTA ON LINE

Tema: Uso de Facebook y Twitter en la divulgación de notas informativas.

Fecha:

1. ¿Es usuario constante de las Redes Sociales?

Si
No

2. ¿Cuál es su red social preferida?

Facebook
Twitter
Otra

3. ¿Considera las Redes Sociales una herramienta útil en su vida cotidiana?

Si
No

4. ¿Participar y utilizar las redes sociales, le hace sentirse parte la sociedad guatemalteca?

Si
No

5. ¿Son las Redes Sociales una herramienta para informarse de la situación actual del país?

Si
No

6. ¿Qué otros medios utiliza para informarse de la situación actual del país?

Periódico
Televisión
Radio
Internet

7. ¿Considera que la información de las Redes Sociales es confiable?

Si
No

8. ¿Considera que puede generar Opinión Pública, la información divulgada en Redes Sociales?

Si
No

9. ¿Considera que la Opinión Pública era influenciada por los medios de comunicación el pasado?

Si
No

10. ¿Considera que la Opinión Pública es influenciada hoy en día por la información divulgada en las Redes Sociales?

Si

No

11. ¿Considera que la Opinión Pública es determinante para el futuro del país?

Si

No

12. Marque 3 de los siguientes sucesos, que según su opinión han sido de alto impacto en las Redes Sociales en orden de importancia:

Caso Portillo

Continuidad de la CICIG en Guatemala

Caso La Línea

Declinación Candidatura Alejandro Sinibaldi del PP

Renuncia Vicepresidenta Roxana Baldetti

Marcha Pacífica #RenunciaYa

Rechazo a Partido Líder #Noletoca

Caso IGSS

3.

ENTREVISTA

Tema: Análisis de la Opinión Pública en Guatemala
Tesis: "Uso de Facebook y Twitter en la divulgación de las notas informativas. Análisis de la opinión pública guatemalteca".
Estudiante: Ingrid Adela Matias Montes
Carnet: 9420093
Entrevistado: Sergio Morataya
Fecha: 17 de septiembre de 2015
Hora: 20:00 horas.

1. ¿A qué se le llama Opinión Pública?
2. ¿Maneja correctamente el guatemalteco el concepto de Opinión Pública?
3. ¿Qué características debe tener una sociedad para generar Opinión Pública?
4. ¿Qué factores influyen actualmente en la Opinión Pública guatemalteca?
5. ¿En su opinión, qué son las Redes Sociales?

Las redes sociales son nuevos canales de comunicación donde grandes grupos intercambian, ideas, pensamientos, mensajes por multicanales que incluyen medios audiovisuales, textos, hipertextos, enlaces y vínculos.

6. ¿Considera usted que las Redes Sociales son una herramienta para la formación de Opinión Pública?
Sí, son una herramienta vital en primer lugar para generar agenda, pero luego para direccionar a la masa hacia un tema y generar adhesiones a una causa ejemplo la etiqueta #NoTeTocaBaldizon.

7. ¿Considera usted las Redes Sociales un canal adecuado para la divulgación de Notas Informativas?
Sí, pero no solo para eso. Se usan en más de un 50% en entretenimiento y el 10% para estudiar. Empresas que miden el comportamiento de las Redes Sociales en Estados Unidos consideran que un 33% de su población se está informando por Redes Sociales y han abandonado medios tradicionales para informarse sobre noticias.

8. Según su opinión, cuáles han sido los 10 sucesos de alto impacto dentro de la Sociedad guatemalteca en los últimos seis meses, que han generado Opinión Pública.

1. Caso la Línea
2. Pisa IGSS
3. Las Redes
4. Renuncia de Baldetti
5. Renuncia de Otto Pérez
6. Derrota de Baldizon
7. Plaza fantasmas en el Congreso
8. Renovación de CICIG
9. Elecciones Generales 2015
10. Byron Lima

9. ¿Considera usted que la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca ha sido influenciada por los medios de comunicación en el pasado?

Si pero su poder ha disminuido. En estas elecciones no fueron un factor determinante, las redes sociales vinieron a cambiar esta relación.

10. ¿Considera usted que hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser influenciada por los medios de comunicación?

Si pero no de la misma forma que antes, ahora tienen que incluir temas que están fuera del interés de los medios y participar también de la Social Media.

11. ¿Considera usted que hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser influenciada por la información divulgada en las Redes Sociales?

Ya está sucediendo. Del 16 de abril al 25 de agosto de 2015.

12. ¿Considera usted que, hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser determinante para el futuro del país?

Siempre lo ha sido.

4.

ENTREVISTA

Tema: Análisis de la Opinión Pública en Guatemala
Tesis: “Uso de Facebook y Twitter en la divulgación de las notas informativas. Análisis de la opinión pública guatemalteca”.
Estudiante: Ingrid Adela Matias Montes
Carnet: 9420093
Entrevistado: Lic. Byron Chinchilla
Fecha: Septiembre 16, 2015
Hora: 9:14 pm.

1. ¿A qué se le llama Opinión Pública?

A la capacidad que tiene el individuo de reflexionar sobre circunstancias que le rodean y emite juicios de valor sobre un determinado tema.

2. ¿Maneja correctamente el guatemalteco el concepto de Opinión Pública?

Cada uno responde a su forma de pensar. No existe una definición como tal.

3. ¿Qué características debe tener una sociedad para generar Opinión Pública?

Toda sociedad es capaz de generar opinión pública. Especialmente aquella que se interesa por lo que pasa a su alrededor.

4. ¿Qué factores influyen actualmente en la Opinión Pública guatemalteca?

La sociedad y los medios de comunicación.

5. ¿En su opinión, qué son las Redes Sociales?

Son herramientas de la tecnología de información y comunicación TICS. Estas sirven para una comunicación asincrónica que permite tener por medio de la red ese contacto entre quien escribe y quien lo lee. En otras palabras, una forma de comunicación donde los roles de emisor y receptor se intercambia constantemente.

6. ¿Considera usted que las Redes Sociales son una herramienta para la formación de Opinión Pública?

Para un segmento determinado de la población. Para aquellos que tienen acceso a internet.

7. ¿Considera usted las Redes Sociales un canal adecuado para la divulgación de Notas Informativas?

Ahora se ha vuelto una herramienta para compartir información. Siempre y cuando el receptor tenga acceso a las TICS>

8. Según su opinión, ¿cuáles han sido los 10 sucesos de alto impacto dentro de la Sociedad guatemalteca en los últimos seis meses, que han generado Opinión Pública?

La corrupción, renuncia de Roxana Baldetti, renuncia de Otto Pérez, el caso IGSS, las elecciones. La eliminación de Baldizón de la contienda electoral. La falta de resultados del TSE. Las manifestaciones de los sábados.

9. ¿Considera usted que la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca ha sido influenciada por los medios de comunicación en el pasado?

Los medios de comunicación por medio de la agenda Setting imponen los temas sobre los cuales se busca generar opinión.

10. ¿Considera usted que hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser influenciada por los medios de comunicación?

11. ¿Considera usted que hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser influenciada por la información divulgada en las Redes Sociales?

De alguna manera.

12. ¿Considera usted que, hoy en día, la Opinión Pública de la Sociedad guatemalteca puede ser determinante para el futuro del país?

Es parte de del intercambio de pensamientos.

5.

GRÁFICA DE RESPUESTAS DIARIAS DE LA ENCUESTA.

