



UNIVERSIDAD
CATÓLICA



**LOS FLUJOS DE INFORMACIÓN ENTRE LA CIUDADANÍA Y EL ESTADO:
TWITTER COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN EFECTIVA ENTRE LOS
CIUDADANOS DE MEDELLÍN Y LA SECRETARÍA DE MOVILIDAD DE
MEDELLÍN**

**SEBASTIÁN VÁSQUEZ PAREJA
SIMÓN VILLEGAS SÁNCHEZ**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN
2016**



**LOS FLUJOS DE INFORMACIÓN ENTRE LA CIUDADANÍA Y EL ESTADO:
TWITTER COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN EFECTIVA ENTRE LOS
CIUDADANOS DE MEDELLÍN Y LA SECRETARÍA DE MOVILIDAD DE
MEDELLÍN**

**SEBASTIÁN VÁSQUEZ PAREJA
SIMÓN VILLEGAS SÁNCHEZ**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ASESOR
LIGIA INES ZULUAGA ARIAS
Magister en Educación y Desarrollo Humano**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN
2016**



PÁGINA DE ACEPTACIÓN

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado



DEDICATORIA

Sebastián:

A mi madre y mi hermana, por el constante acompañamiento en mi formación académica y personales, a todos los docentes que con esfuerzo y dedicación, transmitieron su conocimiento con pasión. A Simón, por ser un excelente compañero y amigo con quien me he hecho profesional y he crecido en muchos aspectos de mi vida.

Simón:

Dedico esta investigación a mis padres por el apoyo brindado durante el período que se realizó, además a los diferentes docentes que acompañaron este proceso y con el producto final podemos retribuirle la dedicación. Por último, a Sebastián Vásquez Pareja, que además de ser el compañero durante esta investigación y la carrera, es un gran amigo y alguien a quien admiro y tomo de ejemplo para muchas de las actividades tanto en la vida profesional como personal.



AGRADECIMENTOS


Agradecemos a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración del mí o nuestro trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- V Nivel - Historia de las Sociedades y Modelos de la Comunicación: Luis Fernando Zúñiga Melo.
- VI Nivel - Epistemología de la Educomunicación: Claudia Herrera C
- VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Cristina Loaiza P.
- VIII- Semiótica de la Educomunicación: Pablo Andrés Huertas Obregoso.
- IX – Etnografía de la Comunicación – Educación: Ligia Inés Zuluaga Arias.



Tabla de contenido

1.	Planteamiento del problema de investigación:	11
1.1	Justificación del proyecto de investigación desde la línea y Sublínea:	12
1.2	Formulación de la pregunta problema:	13
1.3	Delimitación	14
1.3.1	Sujeto	14
1.3.2	Tiempo y escenario:	14
1.4	Objetivos	15
1.4.1	Objetivo general.....	15
1.4.2	Objetivos específicos:	15
2.	MARCO TEÓRICO	16
2.2	SOCIEDAD RED	19
2.3	INTERNET	20
2.4	REDES SOCIALES	21
2.4.1	Twitter	22
2.5	LA CIUDADANÍA.....	25
2.6	LA EFECTIVIDAD	26
2.7	EL DISCURSO	27
2.7.1	El discurso organizacional	29
2.7.2	Análisis crítico del discurso	30
2.7.3	Análisis cultural del discurso	30
2.8	FLUJO DE COMUNICACIÓN	31
2.8.3	Tiempo	35
3.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	37
3.1	PARADIGMA Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	37
3.2	Técnicas de generación y recolección de información	39
3.3	Técnicas de análisis de información.....	40
3.4	Muestra, muestreo intencionado o participantes	40
3.5	PLAN DE TRABAJO	42
3.6	PRESUPUESTO	44
4	SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	45



4.1	TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS ENCUESTAS.....	45
4.2.1	Univariado.....	47
4.1.2	Bi-variado.....	51
4.1.3	Multivariado.....	55
4.2	ESTADÍSTICO DESCRIPTIVO CATEGORIAL DE LA ENTREVISTA.....	56
4.2.1	Unicategorial.....	56
4.2.2	Bi-categorial.....	57
4.2.3	Multivariado.....	58
4.3	Tabulación de datos cuantitativos Fichas de Observación.....	58
4.3.1	Univariado.....	59
4.3.2	Bi-variado.....	60
4.3.3	Multivariado.....	61
4.4	TRIANGULACIÓN DE LOS ASPECTOS TEÓRICOS, PRÁCTICOS Y METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
4.5	SISTEMATIZACIÓN.....	68
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
6	PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN.....	74
6.1	PRESENTACIÓN.....	74
6.2	JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	74
6.3	DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO DE PRODUCTO.....	75
6.4	PRODUCTO.....	75
7	ANEXOS.....	77
	BIBLIOGRAFÍA.....	78



INDICES DE TABLAS, FIGURAS Y ANEXOS

1. Plan de trabajo.....	43
2. Presupuesto.....	44
3. Gráfico 1 – Incidentes.....	45
4. Gráfico 2 - Desplazamiento.....	45
5. Gráfico 3 – Inquietudes.....	45
6. Gráfico 4 – Presenta Inquietudes.....	45
7. Gráfico 5 – Comunicación directa.....	46
8. Gráfico 6 – Lenguaje claro.....	46
9. Gráfico 7 – Interés.....	46
10. Gráfico 8 – Suficiencia.....	46
11. Gráfico 9 – Necesidades.....	46
12. Gráfico 10 – Respuesta.....	46
13. Entrevista Cuenta de Twitter.....	56
14. Gráfico 11 – Datos cuantitativos.....	58
15. Gráfico 12 – Vías-Interacciones.....	59
16. Gráfico 13 – Tweets.....	60

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

En este proyecto de investigación se pretende analizar e identificar los flujos de comunicación existentes entre la Secretaría de Movilidad de Medellín y los ciudadanos. Para ello partimos de diferentes bases teóricas de investigaciones que dan cuenta del tema e incluyen conceptos necesarios para abordarlo.

En nuestra investigación se podrá encontrar la justificación del proyecto desde la línea Comunicación-Educación de la Universidad Católica Luis Amigó y desde la Sub línea Comunicación, Educación y Ciberculturas de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad. También, se encuentran los objetivos que pretendemos alcanzar al finalizar la investigación y los objetos de estudio con una caracterización.

Título del proyecto de investigación: Los flujos de información entre la ciudadanía y el estado: Twitter como herramienta de comunicación efectiva entre los ciudadanos de Medellín y la Secretaría de Movilidad de Medellín		
Línea de Investigación: Comunicación - Educación		
Sublínea: Comunicación, Educación y Ciberculturas		
Facultad: Comunicación, Publicidad Y Diseño		
Programa Académico: Comunicación Social		
ESTUDIANTE O ESTUDIANTES QUE PRESENTAN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Nombres y apellidos	Dirección electrónica Dirección de Facebook	Teléfonos
Simón Villegas Sánchez	simonvillegassanchez@gmail.com Facebook.com/simonvillegassanchez	316 453 2105 – 255 5090
Sebastián Vásquez Pareja	sebastianvasquezpareja@gmail.com Facebook.com/sebastianvasquezpareja	318 388 7510 – 269 4842


1. Planteamiento del problema de investigación:

En los tiempos contemporáneos, la comunicación ha evolucionado a los entornos digitales lo que conlleva a un tipo de análisis diferente a los nuevos mensajes que se emiten por estos medios. El gobierno ha adaptado las Tecnologías de Información y Comunicación a sus herramientas principales para la interacción con la ciudadanía, generando contenidos, evaluando procesos y dando respuesta a diferentes inquietudes. También, los ciudadanos han implementado a las redes sociales en su vida cotidiana y por medio de éstas establecer comunicación con sus gobernantes.

La Secretaría de Movilidad de Medellín es una dependencia de la Alcaldía de Medellín que se encarga de administrar, controlar e informar sobre el tránsito, el transporte y la movilidad de la ciudad de Medellín. Por medio de su cuenta oficial en Twitter: **Twitter.com/sttmed** buscan mejorar y agilizar los procesos comunicativos entre ellos como institución y los ciudadanos. Alonso Yáñez plantea que existen cuatro formas de comunicación entre gobierno y ciudadanía, una de estas es llamada etapa transaccional:

Aprovecha las herramientas bidireccionales (telefonía e internet, por ejemplo) para proveer servicios a la ciudadanía. En la mayoría de los casos, esto se logra mediante los portales gubernamentales. Por este conducto los gobiernos abren canales para que el ciudadano realice algunos trámites, como pagar impuestos, obtener documentos oficiales o hacer citas médicas, entre otros. Esta fase se distingue de la anterior porque el ciudadano adquiere un rol más activo, ya que debe ejecutar una serie de actividades para que la interacción se pueda realizar.¹

¹ YÁÑEZ, Alonso. Ciudadanos y Gobiernos conectados ¿Qué requieren y demandan los ciudadanos en la interacción electrónica con sus gobiernos? [Estudio] México D.F.: Deloitte Consulting Group, 2012.



Cabe resaltar que la Secretaría de Movilidad de Medellín permite consultar el estado de las calles de la ciudad a través de los canales de redes sociales, además de brindar información pertinente a cada usuario y establecer comunicación directa con quien lo necesite.

Es importante investigar los flujos de comunicación entre el gobierno, en este caso la Secretaría de Movilidad de Medellín y la ciudadanía debido al auge que han tenido las nuevas tecnologías como las redes sociales y el impacto en la comunicación. También, es relevante resaltar, como lo dicen Heidi Elen Herrera Soto, Mariana Castillo Espinosa Velásquez Hernández en su tesis para optar por el título de Comunicadora Social, que los flujos de comunicación que el gobierno presenta hacen parte de un proceso comunicacional que estos deben cumplir, pues como organización les interesa difundir todo lo que generan dentro de la Secretaría para suplir las necesidades de los ciudadanos.² Además queremos identificar qué tipo de contenidos se generan y cómo se dan las relaciones a través de este medio, la efectividad de los mensajes emitidos y la respuesta de los ciudadanos.


1.1 Justificación del proyecto de investigación desde la línea y Sublínea:

Comunicación-Educación:

El énfasis de la facultad de Comunicación Social y Publicidad y del pregrado en Comunicación Social tiene como eje principal que los egresados se conviertan en educadores y generadores de conocimiento desde su saber específico.

Los Comunicadores Sociales de la Universidad Católica Luis Amigó son conocedores de la realidad político – social y cultural que atraviesa el contexto colombiano, por lo tanto son conscientes de las problemáticas existentes y que los

² HERRERA, Heidi, CASTILLO, Mariana y VELÁSQUEZ, Yésica. Evaluación de los flujos comunicativos en la Gobernación de Antioquia, caso: Gerencia de Comunicaciones – Dirección de información y prensa. Trabajo de grado Comunicadora social. Medellín.: Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Comunicación Social y Publicidad, 2012. p 15-16.



lineamientos pedagógicos e investigativos pueden convertirse en una solución a las difíciles situaciones de Colombia.

Dentro de la sociedad del conocimiento, el papel de las instituciones formadoras de profesionales es fundamental para el buen desarrollo de políticas que reestructuren el contexto en el que vivimos, por lo cual la investigación de diferentes fenómenos, en este caso los flujos de comunicación entre los ciudadanos y el gobierno, es vital para comprender cómo y dónde desenvuelve la sociedad, para poder así producir entendimiento sobre ello y educar a las generaciones sobre su alrededor.

Comunicación-Educación y Ciberculturas:

El objetivo principal de la comunicación es la transmisión de la información a través de interacciones y procesos que le faciliten al receptor la correcta comprensión del mensaje.

El auge de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han dinamizado y transformado los procesos comunicativos a otro nivel que necesariamente debe ser estudiado y analizado desde diferentes aspectos en donde también desde la Comunicación-Educación se pueda crear conocimientos para generar y difundir a través de los medios tecnológicos.

El gobierno se ha digitalizado para poder acercar sus procesos y trámites a un click de distancia de los ciudadanos. Este nuevo tipo de interacción comunicativa, desde lo digital, ha revolucionado la manera de comunicar a los dirigentes políticos y las respuestas de quienes necesitan de ellos, además de la comprensión por parte del estado que los ciudadanos ahora son sujetos tecnológicos que necesitan de nuevas modalidades de comunicación e interacción.

1.2 Formulación de la pregunta problema:

¿Cómo los flujos de información en Twitter aportan a la efectividad de la comunicación entre los ciudadanos de Medellín y la Secretaría de Movilidad de Medellín?

1.3 Delimitación

Esta investigación se realizará tomando en cuenta a los ciudadanos que viven realizan la mayoría de sus actividades dentro de Medellín y necesitan desplazarse por la ciudad.

Para poder obtener un estudio definido sobre el flujo de comunicación se debe tener en la cuenta los seguidores del twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín. Las características principales de los actores de la investigación son las siguientes: tener acceso a internet y redes sociales, tener una cuenta de Twitter y seguir a la Secretaría de Movilidad de Medellín. Además, los ciudadanos deben utilizar medios de transporte masivo, tener un vehículo personal como un automóvil, motocicleta o bicicleta, e inclusive los que se desplazan caminando por las calles de la ciudad de Medellín.


Adicional a esto, para que se cumpla con un flujo de comunicación, a los usuarios Twitter se les debe proporcionar información coherente y necesaria, que corresponda con la hora y el día actual debido a que la movilidad es un factor cambiante y complejo.

1.3.1 Sujeto

Vamos a analizar los mensajes de los ciudadanos de Medellín que utilizan la red social Twitter e interactúan con la Secretaría de Movilidad de Medellín por esta vía para enterarse de los accidentes de tránsito que ocurren, para poder establecer si existe un flujo de comunicación efectivo.

1.3.2 Tiempo y escenario:

Tiempo: Esta investigación inicia en el primer semestre de año 2014 y se pretende finalizar en el segundo semestre del año 2016 en donde terminaremos nuestros estudios profesionales en Comunicación Social.



Escenario: Realizaremos la investigación en la ciudad de Medellín, Colombia, tomando como referencia la red social Twitter. En específico la cuenta oficial de la Secretaría de Movilidad de Medellín: [Twitter.com/sttmed](https://twitter.com/sttmed). También utilizaremos como fuente de información la sede central de la Secretaría de Movilidad de Medellín.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar cómo los flujos de información en Twitter aportan a la efectividad de la comunicación entre los ciudadanos de Medellín y la Secretaría de Movilidad de Medellín.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Determinar los tipos de flujos de información existentes entre la Secretaría de Movilidad de Medellín y la ciudadanía.
- Describir el tipo de contenido generado por la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta oficial de Twitter.
- Analizar la frecuencia en la emisión de mensajes e identificar el promedio de respuestas a la ciudadanía en relación a la cantidad de preguntas que se hacen a la Secretaría de Movilidad de Medellín.

2. MARCO TEÓRICO


Esta investigación se centrará en los flujos de comunicación existentes entre la Secretaría de Movilidad de Medellín y sus usuarios de Twitter, los ciudadanos, quienes diariamente se desplazan por la ciudad y necesitan saber cómo se encuentra Medellín en materia de vías y movilidad, para ello utilizan la cuenta oficial de la Secretaría en mención: @twitter.com/sttmed en donde pueden encontrar la información necesaria para su traslado dentro de Medellín.

Para realizar el proyecto se tendrá cuenta diferentes teóricos reconocidos, tales como Manuel Castells, Jesús Martín Barbero y Teun A. Van Dijk. Además, diferentes investigaciones relacionadas con el tema de investigación que han sido publicadas en revistas electrónicas indexadas, bases de datos académicas y sitios web universitarios y oficiales que cuentan con artículos con información estructurada, también los trabajos de grado para pregrados y maestrías, lo cual servirá para encaminar el proyecto.

Los conceptos que se consideran necesarios y de vital importancia para el trabajo, serán definidos a través del marco teórico, tales como flujos de información, internet, redes sociales, sociedad red y ciudadanía. Al dejar claras estas ideas, se podrá tener un entendimiento adecuado del contexto y de las diferentes perspectivas desde las cuales han sido abordados en el tema de investigación.

2.1 EL FLUJO DE COMUNICACIÓN

Primero, se debe abordar el concepto de flujo, el principal en el proyecto. El sociólogo español Manuel Castells presenta una precisa definición de flujo en su libro *La era de la información: economía, sociedad y cultura* en donde dice que “Por flujo entiendo las secuencias de intercambio e interacción determinadas, repetitivas



y programables entre posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad”³


En este sentido, Castells afirma que un flujo es aquel proceso en el que se intercambia información entre dos partes que no están en un mismo espacio físicamente. Es precisamente esto lo que sucede cuando las personas se comunican a través de las redes sociales, realizan un intercambio de información de todo tipo: personal, académico, noticioso etc. Sin tener que compartir, necesariamente una conexión física en el momento de esta comunicación. En este caso, los ciudadanos de la ciudad de Medellín realizan este proceso con la Secretaría de Movilidad de Medellín, leen la cuenta en Twitter para enterarse del estado de las vías de la ciudad, accidentes y carreteras alternas que pueden utilizar para llegar a su destino.

También, si la persona tiene una inquietud de cualquier índole, ya sea sobre un trámite o proceso será atendido por esta vía, resolviendo directamente la duda o remitiendo al usuario a un funcionario competente en ese sentido que pueda aclarar la situación. Además de esto, los ciudadanos también pueden reportar cualquier accidente de tránsito a través de Twitter. Se puede apreciar que, en este sentido, se realiza un proceso o flujo de información en donde el emisor, la Secretaría de Movilidad, aporta información que le puede servir al receptor. El ciudadano toma lo que considera necesaria y también se convierte en generador de información.

Además de lo ya mencionado, Castells afirma que la sociedad actual está construida en torno a flujos de todo tipo: de capital, de información, de interacción e incluso, flujos de imágenes, sonidos y símbolos. Esto, nos hace pensar que los flujos son el soporte de la sociedad, pues esta se basa en torno a procesos políticos, económicos y culturales, los cuales dominan la existencia de los seres humanos.⁴

³ CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. Coyoacán: Siglo XXI, 1997. p. 444-445

⁴ Ibíd P 444-445



Jesús Martín Barbero, filósofo colombo-español, también hace un acercamiento a los flujos, en donde lo relaciona directamente con la política y afirma que esta es una nueva manera de ser ciudadano y del impacto de la información en las personas.

“Flujos de información transnacionales, y donde se configuran nuevos modos de representación y participación política, es decir, nuevas modalidades de ciudadanía Vivimos en unas ciudades desbordadas no sólo por el crecimiento de los flujos informáticos sino por esos otros flujos que siguen produciendo la pauperización y emigración de los campesinos, con la gran paradoja de que mientras lo urbano desborda la ciudad permeando de forma creciente el mundo rural, nuestras ciudades viven un proceso de desurbanización”⁵


Barbero y Castells tiene similitudes en la apreciación sobre los flujos, pues ambos coinciden en que la sociedad actual está influenciada por ellos, pero discrepan en un punto, el cual, se considera fundamental para el desarrollo del proyecto. Jesús Martín Barbero afirma que por culpa de los flujos económicos y políticos los campesinos están emigrando a las grandes urbes, Manuel Castells proclama que estas son acciones netamente de intercambios, los cuales conectan a los individuos de una sociedad.

Por último, está Henry Mintzberg, quien percibe a los flujos desde la comunicación organizacional y empresarial. Mintzberg dice que los flujos son los que permiten una correcta organización de una empresa. Es decir, las organizaciones están distribuidas en diferentes flujos, como por ejemplo de autoridad, de material de trabajo y de información manteniéndose interconectados entre sí y funcionando controladamente.⁶

Cabe destacar que para la realización de este trabajo se tomará en cuenta la definición de flujos de información brindada por Manuel Castells, porque es la que

⁵ BARBERO, Jesús – Martín. De la ciudad mediada a la ciudad virtual. Madrid.: Telos, 1996 p 44.

⁶ MINTZBERG, Henry. La estructuración de las organizaciones.: Barcelona: Ariel Economía, 2005. p 61.



se acerca más al objetivo del proyecto y da una visión clara del proceso comunicativo existente entre la Secretaría de Movilidad de Medellín y los ciudadanos, que se analizará posteriormente.

2.2 SOCIEDAD RED

Para comprender el contexto de esta investigación se debe entender a qué se refiere la llamada Sociedad red, concepto que se aclarará teniendo en cuenta el internet al cual Manuel Castells se refiere como la herramienta instrumental por la cual las personas realizan diferentes actividades de la vida cotidiana. Gracias a este se pueden desempeñar desde intereses concretos y es por esto que genera niveles de interacción más fuertes.⁷

Sociedad red no es la creación de una nueva sociedad. Es una adaptación de los quehaceres.


“Por tanto, más que ver la emergencia de una nueva sociedad, totalmente on line, lo que vemos es la apropiación de Internet por redes sociales, por formas de organización del trabajo, por tareas, al mismo tiempo que muchos lazos débiles, que serían demasiado complicados de mantener off line, se pueden establecer on line.”⁸

Las nuevas formas de comunicación no nacen en internet, estas se crean en la sociedad a partir de cambios históricos, los cuales hacen que las diferentes maneras de interacción evolucionen. El internet es el que constituye la base material y tecnológica de la sociedad red, es un medio por el cual se establecen las diferentes formas de comunicación, nuevas formas que sin él no sería posible llevarlas a cabo.⁹ Para finalizar con este concepto, Castells la define como una estructura social que está fundamentada en las nuevas formas de interacción gracias al internet, no

⁷ PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE DOCTORADO SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO. (Manuel Castells, Catalunya). Universitat Oberta de Catalunya. 2000.

⁸Ibíd, 2000

⁹ Ibíd, 2000.



solamente como herramienta tecnológica, sino también como medio de comunicación que ayuda en la organización de la sociedad.

Internet en ese sentido no es simplemente una tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades, es el equivalente a lo que fue la factoría en la era industrial o la gran corporación en la era industrial (...) Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos. ¹⁰


2.3 INTERNET

Luego de entender la sociedad red, se retoma el término de internet, el cual ya se trabajó en los antecedentes, entendiendo cómo este hace parte de los diferentes procesos de comunicación en nuestra cotidianidad. Además, contextualizando un poco sobre su historia y las diferentes opciones que este brinda.

Desde la llegada del internet, las formas en los procesos comunicativos han tenido una gran evolución, pasando por diferentes etapas. En sus primeros años, Internet, nace como una idea militar del Departamento de Defensa Estadounidense por medio del cual buscara realizar una red de comunicaciones segura, que pudiera permanecer estable si en algún momento fallaba alguna de sus partes. Cristian Daniel Cartagena González y María Donelly León Gañan en su Trabajo de grado para optar por el título de especialista en docencia investigativa universitaria indican que en primera instancia, ARPA, como era conocido el proyecto pretendía conectar diferentes ordenadores entre sí. Tras lograr el objetivo de implementarse en el ámbito militar, ARPA, pasó a la interconexión de diferentes universidades y centros de investigación en Estados Unidos.¹¹

¹⁰ PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE DOCTORADO SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO. (Manuel Castells, Catalunya). Universitat Oberta de Catalunya. 2000

¹¹ CARTAGENA, Cristian y LEÓN María. Plataformas virtuales educativas, un caso particular: DI-COM en la FUNLAM. Trabajo de grado Especialista en Docencia Investigativa Universitaria. Medellín.: Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Educación, 2006. p 15-16.



En la actualidad, aparte de utilizarse internet con fines comerciales, las diferentes empresas o entidades ya sean públicas o privadas buscan a través de este convertirlo en un canal con su público. En este caso, la entidad es la Secretaría de Movilidad de Medellín y por medio de las diferentes herramientas que tiene internet, gracias a la interacción, brinda información o servicios a los habitantes de la ciudad de Medellín. Esto es lo que se conoce como internet 2.0: “En estos momentos se está desarrollando lo que se conoce como Internet 2, una redefinición de internet que tiene como objetivo principal lograr el intercambio de datos multimedia en tiempo real. El avance ha de venir de la mano de la mejora en las líneas de comunicación, con el ancho de banda como principal aliado”.¹²


2.4 REDES SOCIALES

El siguiente concepto que se trae a la investigación es el de red social, abordado desde su definición, entendiendo que no es un término nuevo. Además, concibiendo cómo éste ha tenido un cambio y cómo se trata en la actualidad.

Los seres humanos necesitan comunicarse con otros para sobrevivir. La familia es la principal red social, en ella se aprende a interactuar con los otros, además de establecer lazos de diferentes tipos. En el contexto actual, las personas se interrelacionan por medio de redes sociales, en estas comparten información, se enteran de la actualidad mundial y establecen comunicación directa con su gobernantes. “Todos somos miembros de alguna red social desde el mismo día que nacemos. La familia es la primera red social de la que formamos parte sin que nadie nos haya pedido permiso. Las redes sociales no son algo nuevo, forman parte de la esencia social del ser humano.” (Cobo. 2012.97-98)

En la actualidad, internet es la plataforma donde surgen las llamadas redes sociales, en esta, las nuevas formas de comunicar se dan debido a que son un sitio en común

¹² CARTAGENA, Cristian y LEÓN María. Plataformas virtuales educativas, un caso particular: DI-COM en la FUNLAM. Trabajo de grado Especialista en Docencia Investigativa Universitaria. Medellín.: Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Educación, 2006. p 15-16.



dentro de la sociedad, una herramienta de paso casi que obligado. Una red social virtual se ha convertido en un lugar de encuentro con familiares o allegados con los cuales se comparten gustos, o simplemente para mantener un contacto permanente.¹³ La interacción en las redes sociales, es parte fundamental de su funcionamiento. Los usuarios tienen la posibilidad de recibir y enviar mensajes las veces que sean necesarias para que el proceso de comunicación se cumpla. En los últimos años, los medios de comunicación han entrado a hacer parte de las diferentes redes sociales, buscando más adeptos que se identifiquen con los contenidos ofrecidos. Esto lo hacen vinculando cada una de ellas en sus sitios web oficiales o en las demás plataformas donde se encuentren.

Los medios de comunicación, con presencia en Internet, deben desarrollar una serie de estrategias promocionales dentro de estas redes. Por citar algunos ejemplos, «The New York Times» y «The Washington Post» en Estados Unidos y el diario «El País» y «El Mundo» en España. El objetivo sigue siendo el mismo: tener presencia en la Red dentro de estos segmentos de población que al fin y al cabo, son audiencia.¹⁴


2.4.1 Twitter

Comprendido ya qué son las redes sociales, se entrará a analizar el elemento en el cual se basa este estudio: Twitter. Se define como “un servicio de microblogueo con más de más de 41 millones de usuarios a partir de julio de 2009 y está creciendo rápidamente. Los usuarios de Twitter tweets sobre cualquier tema dentro del límite de 140 caracteres y seguir a otros a recibir sus tweets.”¹⁵

¹³ FLORES, Vivar. Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. En: Revista comunicar. Octubre, 2009, vol 17 no 33, p 74-77

¹⁴ FLORES, Vivar. Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. En: Revista comunicar. Octubre, 2009, vol 17 no 33, p 74-77

¹⁵ KWAK, Haewoon. What is twitter, a social network or a news media? Nueva York: ACM Digital Library, 2010 p.1.




El sitio web oficial de Twitter: about.twitter.com define un tweet como una expresión de un momento o una idea que puede contener diferentes elementos audiovisuales como imágenes, videos, enlaces y obviamente texto. Actualmente esta red social cuenta con más de 560 millones de usuarios activos alrededor del mundo.

Twitter tiene su propio lenguaje de comunicación entre los usuarios. Para poder comprender el análisis a realizar en este trabajo es indispensable tener un dominio de los términos. Cuando se envía un tweet hay tres posibilidades, además de leerlo. Primero, está el botón de responder, en donde se cita el autor y se envía una respuesta a lo que ha puesto previamente. Después está retwitear, es decir, citar textualmente lo que en otra cuenta se ha escrito. También se puede marcar como favorito, lo cual mandará ese tweet a una lista propia de todo lo que se ha marcado como favorito, además de aparecer en el perfil. Todo lo anterior se puede encontrar en el sitio web de Twitter.

Esta red social se ha convertido en todo un fenómeno, no solo por su rápido crecimiento y singular manera de compartir la información, sino que es un medio totalmente rápido y efectivo para compartir información precisa en tiempo real con los espectadores. Las doctoras Natalia Quintas Froufe y Ana González Neira dicen que Twitter es más que una red de micro-blogueo, pues en relación a los programas de televisión españoles, el éxito o fracaso de estos está en relación directa con la cantidad de mensajes enviados y recibidos en dicha red social.¹⁶ Esto da cuenta de la efectividad de Twitter en torno a los receptores y al poder comunicativo que ha adquirido.

Una de las principales características de Twitter es que los mensajes deben ser cortos, por lo cual se presume que la comunicación existente en esta red social debe ser clara, concisa y efectiva. “se ha convertido en una de las webs más influyentes en las sociedades occidentales. Sus breves mensajes, llamados tweets contienen

¹⁶ QUINTAS, Natalia. GONZÁLEZ, Ana. Audiencias activas: participación de la audiencia social de la televisión. La Coruña: Revista Comunicar, 2014. p 86.



tan solo 140 caracteres, lo que obliga a los usuarios a expresarse con concisión”.¹⁷ Es decir, que los mensajes que se cruzan entre sí la Secretaría de Movilidad de Medellín y los ciudadanos nunca podrán exceder el límite de los 140 caracteres, mientras esta comunicación se mantenga dentro de Twitter, ya sea por mensajes directos o por tweets.

2.4.1.1 El discurso en Twitter


Es importante analizar el contenido y tipo de los mensajes que existe entre las dos partes en estudio (Sttmed y ciudadanía), es decir, el discurso existente en Twitter; comprender el tipo de comunicación es vital para determinar si los mensajes y el proceso general para poder determinar si el flujo de comunicación es efectivo o no. El discurso se define como

“Una forma de utilización del lenguaje, a discursos públicos o, más en general al lenguaje oral. Este no se limita, por supuesto, al lenguaje hablado, sino que incluye al lenguaje escrito (o impreso), la comunicación y la interacción escritas, como es el caso de los periódicos, de nuestros libros de texto o nuestra correspondencia (correo común o electrónico), o de los miles de tipos distintos de textos propios de nuestro trabajo académico o de otros tipos de trabajos”.¹⁸

Es crucial entrar a analizar el sentido de los mensajes, hay que comprender que existen dos partes dentro del flujo de comunicación y que ambos asumen los papeles de emisor y receptor en algún momento del proceso. Van Dijk asume que no significa tanto que el discurso tenga un sentido intrínseco, sino que la comprensión o interpretación del mensaje es lo que asigna el sentido a dicho

¹⁷ CONGOSTO, Mari Luz. DELTELL, Luis. CLAES, Florencia y OSTESO, José Miguel. Análisis de la audiencia social por medio de Twitter. Caso de estudio: los premios Goya 2013. Ícono 14. Junio, 2013.vol.11 no. 2. p.55.

¹⁸ VAN DIJK, Teun A. El discurso como estructura y proceso. Barcelona: Editorial Gedisa S.A, 2000, p 23.



discurso. Grandes problemas en la efectividad del mensaje se dan por problemas de sentido, es decir, una de las dos partes no capta correctamente el mensaje, lo que hace que la Secretaría de Movilidad o los ciudadanos no puedan llegar a tener un flujo correcto de comunicación y mensajes.

Todos los conceptos anteriores y autores citados en el marco teórico serán la base para realizar este proyecto de investigación con el cual se pretende entender el funcionamiento de los mensajes emitidos por la Secretaría de Movilidad de Medellín y cómo la ciudadanía los recibe y adapta para sus necesidades, para así comprender si estos son efectivos o no.


2.5 LA CIUDADANÍA

El término ciudadanía ha evolucionado y tenido cambios a través del tiempo. Comenzó hace más de 2.500 años, en Grecia con Aristóteles, él decía que el humano es un ser social y necesita vivir en un ámbito comunitario. Posteriormente se encuentra Roma, en donde se vinculó al ciudadano directamente con la democracia. Es decir, un ciudadano es aquel que pertenece a la sociedad y que acata los estatutos y las leyes impuestas por el gobierno.¹⁹

En el libro Introducción a la antropología general, Marvin Harris nos brinda una definición más actual de lo que es ciudadanía. Se define a la sociedad como un grupo de personas que comparten un lugar en común y en donde unos dependen de otros para la supervivencia y bienestar de los individuos.²⁰ Es necesario tener clara la definición de ciudadanía para poder diferenciar los grupos de personas que hacen parte de Twitter y del resto de los usuarios de las redes sociales en general. El contexto en donde se desarrolla esta investigación es dentro de la ciudad de Medellín, teniendo en cuenta los diferentes públicos que siguen a la cuenta de

¹⁹ HORRACH, Juan Antonio. Sobre el concepto de ciudadanía: historia y modelos. Islas Baleares: Revista de Filosofía Factótum, 2009. P.3

²⁰ HARRIS Marvin. Introducción a la antropología general. Madrid: Alianza Editorial. 2004. p. 146



Twitter de la Secretaría de Movilidad. Marvin Harris, antropólogo estadounidense, se acerca en su definición de sociedad a lo que se tomará como punto de referencia para establecer quienes son los ciudadanos.

Además, es necesario enfocar la investigación en quienes siguen e interactúan con la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín (@sttmed) para comprender el discurso y el flujo de comunicación existente entre ellos.


2.6 LA EFECTIVIDAD

Para poder establecer la efectividad en un proceso de comunicación, es necesario poner en contexto sobre lo que se considerará en esta investigación lo que es efectivo.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define a la efectividad como “La capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera”, es decir, consideraremos efectivo aquello que la Secretaría de Movilidad de Medellín quiera transmitir a través de su cuenta en Twitter y que los usuarios de dicha red comprendan el mensaje tal y como el emisor quiere que lo hagan, en este proyecto, sobre los accidentes de tránsito que ocurren en la ciudad de Medellín.

Juan José Miranda Miranda nos da una definición desde el ámbito de la administración, pero que puede acoplarse perfectamente a esta investigación. Él, define a la efectividad como un proceso en el cual se hace un óptimo uso de los recursos que se tienen a la mano para alcanzar los objetivos propuestos y los impactos esperados. Esta definición, sin duda, es la que más se acerca al este proyecto de investigación, pues, para la Secretaría de Movilidad de Medellín el proceso de comunicación será efectivo cuando el público logre captar perfectamente el mensaje que se transmitió con el recurso que en ese momento tienen a disposición: Twitter.²¹

²¹ MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social y ambiental. Bogotá: MM Editores, 2005. p 394-395.



Dando un ejemplo, podemos decir que hubo un accidente de tránsito en un punto específico de la ciudad. La Secretaría de Movilidad envía el mensaje a través de Twitter y los usuarios al leerlo, toman vías alternas para evitar un embotellamiento de tráfico. En ese preciso momento se considera un efectivo proceso de comunicación, porque al emplear los recursos disponibles se logró el efecto esperado, evitar un atasco de vehículos.


Es importante también, diferenciar el término efectividad de eficacia. La eficacia hace referencia, según Miranda, a lograr los objetivos sin medir la magnitud de los recursos empleados. No tomaremos en cuenta la eficacia, porque los recursos empleados en estas circunstancias Secretaría de Movilidad de Medellín tiene unos recursos dispuestos para esta actividad como lo es un equipo de comunicaciones, estrategias digitales y community manager al servicio de la cuenta de Twitter y de los ciudadanos, por lo cual se tiene completamente medidos los recursos para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

En conclusión, los autores y definiciones anteriormente mencionados son los que se basará esta investigación, cabe aclarar que en el transcurso del marco teórico se han dado diferentes perspectivas de cada uno de los conceptos aquí planteados, pero se ha hecho especial énfasis en aquellas definiciones de ciertos autores que servirán como principal fundamento de este proyecto.

2.7 EL DISCURSO

Para poder realizar un análisis de los resultados obtenidos durante el proceso de recolección de información de esta investigación se tomaran en cuenta dos variables que Teun Van Dijk relata en su texto "El discurso como interacción social" las cuales son el análisis crítico del discurso y el análisis social del discurso.

Teun Van Dijk, lingüista y catedrático holandés hace una precisión sobre lo que es el discurso en su texto titulado "El discurso como interacción social" donde asegura



que el discurso es una acción netamente social “Se trata del hecho de que el discurso es, también, un fenómeno práctico, social y cultural (...) los usuarios del lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en²² la interacción social, típicamente en la conversación y en otras formas de diálogo”. Es decir, la base misma del discurso es la forma oral de los seres humanos, quienes participan activamente de la sociedad y por consiguiente se comunican.


Además, Van Dijk precisa que si bien, la manera oral es una forma de discurso, dentro de la misma debe existir una coherencia y que ordenar una serie de palabras, oraciones y proposiciones, no significa la creación de un discurso, sino que los actos que sugieren las palabras deben estar relacionados estrechamente²³. En este caso, el sentido del discurso y la cohesión son protagonistas debido a que gracias a ello se puede asegurar que el proceso o flujo comunicativo cumpla su objetivo o que por el contrario exista un ruido que afecte la decodificación del mensaje que se ha enviado con una intención al receptor.

Dentro del discurso y en el caso de la investigación el componente de los usuarios o la lectura es uno de los factores que más influye la efectividad de un mensaje. Un punto clave para esto es tener en la cuenta el público objetivo del mensaje, el medio por donde el mismo se produce y la retroalimentación que se espera según el tipo de receptor. Las categorías sociales son uno de los segmentos que se ven claramente a la hora de la comunicación

“Los usuarios del lenguaje utilizan activamente los textos y el habla no sólo como hablantes, escritores, oyentes o lectores, sino también como miembros de categorías sociales, grupos, profesiones, organizaciones, comunidades, sociedades o culturas. Como lo muestran los capítulos de este libro,

²² VAN DIJK. Teun A. El discurso como interacción social. Barcelona: EditoriL Gedisa S.A. 2000. P. 21.

²³ *Ibíd.* P 22



interactúan como mujeres y hombres, negros y blancos, viejos y jóvenes, pobres y ricos, médicos y pacientes, docentes y estudiantes, amigos y enemigos, chinos y nigerianos, etc. y, en la mayoría de los casos, en complejas combinaciones de estos roles e identidades sociales y culturales”.²⁴

Cómo está explicado anteriormente el análisis del discurso se puede realizar de manera escrita o de manera oral en ese caso el discurso generado por la secretaría de movilidad de Medellín en su cuenta de Twitter @sttmed, configura un discurso escrito una nueva forma semántica de comunicación reflejada en 140 caracteres que permite la herramienta Twitter.

2.7.1 El discurso organizacional

La Secretaría de Movilidad de Medellín es una organización dentro de la estructura de la Alcaldía de Medellín que vela por la regulación de la movilidad de la ciudad comprendiendo la planeación, diseño y coordinación de las políticas de movilidad, así como la creación de estrategias informativas e institucionales²⁵. Por este caso, tomaremos el factor de discurso organizacional como objeto de estudio dentro de la organización.

Además, cuando se habla de discurso organizacional, según Van Dijk, se plantea que los miembros de una colectividad se comunican principalmente a través del discurso y solo existen estos flujos de información si el discurso está presente.²⁶

- **Organización o colectividad**
- **Comunicación dentro de la organización**

²⁴ VAN DIJK. Teun A. El discurso como interacción social. Barcelona: EditoriL Gedisa S.A. 2000. P. 22.

²⁵ Secretaría de Movilidad de Medellín. ¿Quiénes somos? Disponible en: <https://www.medellin.gov.co/movilidad/secretaria-de-movilidad#1-objetivos-e-historia>

²⁶ *Ibíd.* P. 262.

2.7.2 Análisis crítico del discurso

El discurso se puede analizar críticamente desde el punto de vista de que las organizaciones, al ser colectividades sociales producen significados que pueden ser compartidos por el mismo emisor y el receptor, es decir que se habla el mismo lenguaje dentro del flujo de comunicación, además que la realidad social que se vive en el momento y los mensajes emitidos le sirven a los propios intereses de la organización tanto como a la audiencia.²⁷

Los intereses propios de la Secretaría de Movilidad de Medellín son cumplir sus funciones a la vez que se cumple con la tarea de informar a los ciudadanos el estado de la movilidad de la ciudad de Medellín. Estos significados conocidos por los receptores son compartidos con el emisor, lo que finiquita un proceso de comunicación técnicamente efectivo entre ambas partes.


- **Significados**
- **Realidad social**

2.7.3 Análisis cultural del discurso

Van Dijk, asegura que el análisis sociocultural del discurso tiene como objetivo principal el vínculo entre el emisor y el receptor dentro de una sociedad establecida que se comunica: “Analizar nociones que son necesarias para establecer vínculos *teóricos* entre el discurso y la sociedad. Por supuesto, podemos simplemente seguir al sentido común y conjeturar que el discurso es una forma de acción e interacción y, por lo tanto, declarar que el discurso es social”²⁸

²⁷ *Ibíd.* P. 264.

²⁸ VAN DIJK. Teun A. El discurso como interacción social. Barcelona: EditoriL Gedisa S.A. 2000. P. 264.



En este punto, se entraría a analizar directamente el flujo de comunicación existente entre la Secretaría de Movilidad de Medellín a través de su cuenta de twitter y los ciudadanos, para ver el cómo se establecen los vínculos entre ambas partes y poder establecer conclusiones comunicativas en este aspecto. Se ha dicho ya que el discurso es una forma de interacción social lo que define esta herramienta de comunicación como una situación social digna de un análisis.


- **Discurso social**
- **Vínculo teóricos**
- **Sociedad**

2.8 FLUJO DE COMUNICACIÓN

Primero, se debe abordar el concepto de flujo, el principal en el proyecto. El sociólogo español Manuel Castells presenta una precisa definición de flujo en su libro *La era de la información: economía, sociedad y cultura* en donde dice que “Por flujo entiendo las secuencias de intercambio e interacción determinadas, repetitivas y programables entre posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad”²⁹

En este sentido, Castells afirma que un flujo es aquel proceso en el que se intercambia información entre dos partes que no están en un mismo espacio físicamente. Es precisamente esto lo que sucede cuando las personas se comunican a través de las redes sociales, realizan un intercambio de información de todo tipo: personal, académico, noticioso etc. Sin tener que compartir, necesariamente una conexión física en el momento de esta comunicación. En este

²⁹ CASTELLS, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Coyoacán: Siglo XXI, 1997. p. 444-445



caso, los ciudadanos de la ciudad de Medellín realizan este proceso con la Secretaría de Movilidad de Medellín, leen la cuenta en Twitter para enterarse del estado de las vías de la ciudad, accidentes y carreteras alternas que pueden utilizar para llegar a su destino.


También, si la persona tiene una inquietud de cualquier índole, ya sea sobre un trámite o proceso será atendido por esta vía, resolviendo directamente la duda o remitiendo al usuario a un funcionario competente en ese sentido que pueda aclarar la situación. Además de esto, los ciudadanos también pueden reportar cualquier accidente de tránsito a través de Twitter. Se puede apreciar que, en este sentido, se realiza un proceso o flujo de información en donde el emisor, la Secretaría de Movilidad, aporta información que le puede servir al receptor. El ciudadano toma lo que considera necesaria y también se convierte en generador de información.

Además de lo ya mencionado, Castells afirma que la sociedad actual está construida en torno a flujos de todo tipo: de capital, de información, de interacción e incluso, flujos de imágenes, sonidos y símbolos. Esto, nos hace pensar que los flujos son el soporte de la sociedad, pues esta se basa en torno a procesos políticos, económicos y culturales, los cuales dominan la existencia de los seres humanos.³⁰

Jesús Martín Barbero, filósofo colombo-español, también hace un acercamiento a los flujos, en donde lo relaciona directamente con la política y afirma que esta es una nueva manera de ser ciudadano y del impacto de la información en las personas.

“Flujos de información transnacionales, y donde se configuran nuevos modos de representación y participación política, es decir, nuevas modalidades de ciudadanía Vivimos en unas ciudades desbordadas no sólo por el crecimiento

³⁰ Ibíd P 444-445



de los flujos informáticos sino por esos otros flujos que siguen produciendo la pauperización y emigración de los campesinos, con la gran paradoja de que mientras lo urbano desborda la ciudad permeando de forma creciente el mundo rural, nuestras ciudades viven un proceso de desurbanización”³¹

Barbero y Castells tiene similitudes en la apreciación sobre los flujos, pues ambos coinciden en que la sociedad actual está influenciada por ellos, pero discrepan en un punto, el cual, se considera fundamental para el desarrollo del proyecto. Jesús Martín Barbero afirma que por culpa de los flujos económicos y políticos los campesinos están emigrando a las grandes urbes, Manuel Castells proclama que estas son acciones netamente de intercambios, los cuales conectan a los individuos de una sociedad.

Por último, está Henry Mintzberg, quien percibe a los flujos desde la comunicación organizacional y empresarial. Mintzberg dice que los flujos son los que permiten una correcta organización de una empresa. Es decir, las organizaciones están distribuidas en diferentes flujos, como por ejemplo de autoridad, de material de trabajo y de información manteniéndose interconectados entre sí y funcionando controladamente.³²

Cabe destacar que para la realización de este trabajo se tomará en cuenta la definición de flujos de información brindada por Manuel Castells, porque es la que se acerca más al objetivo del proyecto y da una visión clara del proceso comunicativo existente entre la Secretaría de Movilidad de Medellín y los ciudadanos, que se analizará posteriormente.

³¹ BARBERO, Jesús – Martín. De la ciudad mediada a la ciudad virtual. Madrid.: Telos, 1996 p 44.

³² MINTZBERG, Henry. La estructuración de las organizaciones.: Barcelona: Ariel Economía, 2005. p 61.

2.8.1 Flujos globales

En la actualidad, las diferentes sociedades han buscado nuevas formas de comunicarse, creando diferentes plataformas que benefician sus actividades cotidianas. Este tipo de comunicación ha servido para mejora de la economía, además se han roto los esquemas básicos de espacio y tiempo, la comunicación no siempre es presencial y brinda diferentes posibilidades a los participantes de la misma.


Castells hace referencia a lo ya mencionado, afirmado que “La ciencia y la tecnología como medios y objetivos básicos de la economía y la sociedad; la transformación del espacio y del tiempo; y la dominación de la identidad cultural por los flujos globales y abstractos de riqueza, poder e información, que construyen la virtualidad real mediante las redes de medios de comunicación”

En nuestro caso debemos entender que Twitter es una herramienta de comunicación global, y que aporta de diferentes maneras a la comunicación de la sociedad. Puede ser una comunicación más personal o también entablar relaciones con empresas y/o entidades que prestan un servicio como lo es la Secretaría de Movilidad de Medellín.

Por medio de la plataforma Twitter, la Secretaría brinda información y además interactúa con los usuarios de la red social, y a través de esto se puede ver un espacio que va más allá de lo físico y un tiempo que no necesariamente debe ser de respuesta inmediata o más conocido como tiempo real.

2.8.2 Espacio

Toda forma de comunicación debe desarrollarse dentro de un espacio previamente establecido, y más si este proceso se da a través de los nuevos medios. Las nuevas plataformas digitales y las nuevas herramientas de comunicación móvil son un claro



ejemplo de esto, el espacio es fundamental para determinar el tipo de comunicación que se da y además ayuda para un mejor orden en el proceso.


“El espacio de los flujos organiza la simultaneidad de las prácticas sociales a distancia, por medio de las telecomunicaciones y los sistemas de información. El espacio de los lugares privilegia la interacción social y la organización institucional atendiendo a la contigüidad física. Lo que distingue a la nueva estructura social, la sociedad red, es que la mayoría de los procesos dominantes, que concentran poder, riqueza e información, se organizan en el espacio de los flujos. La mayor parte de la experiencia y el sentido humanos siguen teniendo una base local.”³³

La red social Twitter es el espacio elegido para la Secretaría de Movilidad de Medellín y los usuarios de la misma, para entablar un proceso de comunicación. Esta plataforma determina una organización en los mensajes enviados y recibidos, además por el contenido que se busca transmitir por medio de este sitio se determina un público al cuál llegarle.

2.8.3 Tiempo

Además del espacio, el tiempo juega un papel fundamental en lo que actualmente se denomina como la sociedad red y es probablemente, el actor más importante en la proyección de una temporalidad nueva. Considerando diferentes variables en las plataformas utilizadas para la comunicación moderna, el tiempo se convierte en un aspecto fundamental para cualquier proceso de este tipo. Puede ser cronológico o atemporal y todo depende del escenario donde se desarrolle un proceso de comunicación.

³³ CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. Coyoacán: Siglo XXI, 1997. p. 144



Castells afirma que “La eliminación de las secuencias crea una cronología indiferenciada, con lo cual se aniquila el tiempo. En nuestras sociedades, la mayoría de los procesos centrales dominantes se estructuran en el tiempo atemporal, pero la mayoría de la gente está dominada por el tiempo de reloj.” Esta afirmación puede tener similitud con lo que actualmente sucede en las redes sociales y las plataformas de comunicación, donde el tiempo es fundamental pero no es determinante. En algunos, esto no se cumple, debido a la necesidad de respuesta inmediata por parte de algunas entidades, ejemplo la Secretaría de Movilidad de Medellín, que si no está a tiempo con su mensaje de interacción ya no tiene validez.

El tiempo atemporal, es el que caracteriza los procesos dominantes de nuestra sociedad y se da cuando las características de un contexto determinado. Esto es lo que sucede con las redes sociales y las diferentes herramientas que la tecnología brinda para la comunicación. No existe un tiempo determinada para iniciar o terminar un proceso comunicativo y esto permite que las sociedades se relacionen de una manera más amplia.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 PARADIGMA Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Dentro de esta investigación se considera necesario que la estadística y los datos sean incluidos para poder medir el grado de efectividad dentro de los flujos de comunicación entre la cuenta de Twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín y los ciudadanos que hacen uso de ella. Es por esto que se deben aplicar ambos paradigmas (cualitativo y cuantitativo) pero de una manera unificada (paradigma mixto).

En el libro Metodología de la investigación de Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio se hace una explicación de la agrupación de ambos paradigmas dentro de una misma investigación. Se argumenta que un modelo mixto requiere que uno de los dos paradigmas sea dominante frente al otro, pero que conserve algunos elementos del dominado³⁴.

“Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un manejo completo de los dos enfoques y una mentalidad abierta. Agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques”³⁵.

A pesar que el paradigma mixto representa un mayor grado de complejidad en el proceso de la investigación, éste añade las ventajas de cada uno de los paradigmas planteados y le brinda al investigador un mayor dominio y dinamismo del tema de investigación.³⁶

También, un artículo sobre el enfoque mixto dentro de las investigaciones fiscales propone una unión entre ambos paradigmas en donde el cuantitativo acude a la recolección y el análisis de datos para resolver preguntas establecidas previamente

³⁴ HERNÁNDEZ, Roberto. FERNÁNDEZ, Carlos. BAPTISTA, Pilar. Metodología de la investigación. México D.F: McGraw-Hill Interamericana, 2003. P 21

³⁵ Ibíd P 21

³⁶ Ibíd P 21

y por el contrario, el cualitativo se dedica a la refinación de inquietudes y no acude al uso de mediciones numéricas, sino que se basa en descripciones y observaciones³⁷

Además, el paradigma mixto hace más clara la triangulación de los datos obtenidos durante la investigación, pues “Al utilizar el enfoque mixto, se entremezclan los enfoques cualitativo y cuantitativo en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita triangularla”³⁸ generando así una mayor comprensión e interpretación de la investigación.

3.1.1 Enfoque: Estudio de caso

La investigación es un estudio de caso debido a que se entrará a analizar un elemento específico, el flujo de comunicación en la cuenta oficial de Twitter de una entidad de corte público: Secretaría de Movilidad de Medellín.

3.1.2 Categorías:

- **Flujo de comunicación:**

Se entienden los flujos de Comunicación en este proyecto de investigación, como los diferentes procesos de interacción entre los ciudadanos de Medellín y la Secretaría de Movilidad de Medellín, para así identificar variables y por medio de ellas identificar el tipo de contenido prosumido.

Objetivo: Describir el tipo de contenido generado por la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de Twitter (@sttmed)

³⁷ RUIZ, Manuel. BORBOA, María. RODRÍGUEZ, Julio. El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. España: Revista Académica de Investigación Tlatemoani, 2013. P 10

³⁸ *Ibíd* P 11

- **Secretaría de Movilidad**

La Secretaría de Movilidad de Medellín, es una entidad gubernamental perteneciente a la Alcaldía de Medellín. En este proyecto de investigación cumple un papel fundamental, debido a que su cuenta oficial de Twitter (@sttmed) será a la que se le analicen los diferentes procesos de comunicación con los usuarios de la ciudad de Medellín, por medio de diferentes instrumentos.

Objetivo: Identificar la interacción existente entre Secretaría de Movilidad de Medellín a través de su cuenta de Twitter y los ciudadanos de Medellín.

- **Redes sociales: Twitter**

Las redes sociales son medios de comunicación que permiten conectarse con el mundo e interactuar con los contenidos propuestos. En nuestro caso, la red social Twitter y en específico la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín (@sttmed), será el medio por el cual se conectan gobierno y ciudadanía, en donde se identificarán los contenidos allí plasmados, la interacción de los ciudadanos de Medellín y la efectividad de la comunicación entre ambos.

Objetivo: Analizar la frecuencia en la emisión de mensajes e identificar el promedio de respuestas de la cuenta de Twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín a los ciudadanos.

3.2 Técnicas de generación y recolección de información

- 3.2.1. Observación no participante
- 3.2.2. Entrevista
- 3.2.3. Escala Likert

3.3 Técnicas de análisis de información

3.3.1. Observación no participante: Seguimiento a la cuenta de Twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín (@sttmed)

- **3.3.2. Entrevista:** Transcripción y análisis.
- **3.3.3. Escala Likert:** Análisis

3.4 Muestra, muestreo intencionado o participantes

3.4.1 Observación no participante


- Observación no participante durante dos semanas de la cuenta de Twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín (@sttmed). Es importante reconocer el lenguaje utilizado dentro de la misma, las estrategias que se llevan a cabo para difundir la información y el flujo de comunicación existente entre la cuenta y los ciudadanos de Medellín que se quieren comunicar con ésta entidad a través de la red social.

3.4.2. Entrevista:

- **Daniel Alejandro Ospina Quintero:** Community Manager del sitio web www.discotecasmedellin.com, en donde es el encargado de difundir los diferentes eventos que se realizan en la ciudad de Medellín por medio de las redes sociales de la organización y de establecer un mecanismo de comunicación directa con los clientes.

Es importante comprender el flujo de comunicación entre clientes y la organización, además de las estrategias que se emplean según la red social que se quiera utilizar.

- **Aura Elena Vélez Vasco:** Comunicadora social – periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana. Responsable de la estrategia digital y las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín. Es las persona



encargada de todos los movimientos de la cuenta de twitter (@sttmed) y es importante puesto que nos contará desde la perspectiva de la organización el cómo perciben la relación con los seguidores.

3.4.3. Escala Likert:

- Se realizará un total de treinta (30) escalas Likert a diferentes seguidores de la cuenta en twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín para conocer la relación existente entre la misma y ellos. Buscaremos, a través de afirmaciones, preguntar por elementos como las estrategias que se emplean al momento de informar, la claridad en aspectos como el lenguaje y el flujo de comunicación entre ambas partes.

3.5 PLAN DE TRABAJO

PLAN DE TRABAJO																			
ACTIVIDAD	OCTAVO SEMESTRE						NOVENO SEMESTRE						DECIMO SEMESTRE						RESPONSABLE
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	
Revisión y ajuste del proyecto.																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Etapa de consolidación de los referentes teóricos y las categorías de análisis apriorísticas.																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Revisión del diseño de instrumentos de registro sistematización y análisis de la información y muestreo.																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Primer o segundo pilotaje de instrumentos																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Trabajo de campo																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Informe de avance octavo semestre																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Análisis e interpretación de información y resultados finales.																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez

PLAN DE TRABAJO																			
ACTIVIDAD	OCTAVO SEMESTRE						NOVENO SEMESTRE						DECIMO SEMESTRE						RESPONSABLE
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	
Informe de avance noveno semestre.																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Elaboración del producto de investigación (décimo semestre).																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Entrega final de trabajo de grado.																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez
Socialización del trabajo de grado																			-Sebastián Vásquez Pareja -Simón Villegas Sánchez

Tabla 1: Plan de trabajo

3.6 PRESUPUESTO

PRESUPUESTO			
Rubros	Descripción	Costo aproximado por unidad	Costo total
Personal y servicios técnicos	Ninguno.	\$0	\$0
Bibliografía	Toda la bibliografía será prestada en bibliotecas públicas sin costo y en internet.	\$0	\$0
Transcripción de documentos	Los responsables del proyecto se harán cargo de esto.	\$0	\$0
Corrección de estilo	Estará a cargo de los diferentes docentes a cargo del proyecto.	\$0	\$0
Aplicación de instrumentos	Escalas Likert en impreso, entrevista y fichas de observación en digital	\$100	\$3000
Impresos y publicaciones	Impresión del proyecto final.	\$100	\$50.000
Papelería	Fotocopias de los textos necesarios.	\$100	\$50.000
Transporte de investigadores	Parqueadero y gasolina.	\$8.500	\$85.000
Otros gastos	Viáticos de los responsables del proyecto	\$10.000	\$200.000
Total		\$18.800	\$388.000

Tabla 2: Presupuesto

4 SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS ENCUESTAS

De acuerdo a las encuestas realizadas a 35 seguidores de la cuenta de la Secretaría de Movilidad en Medellín en Twitter (@sttmed), se identificaron las siguientes variables:

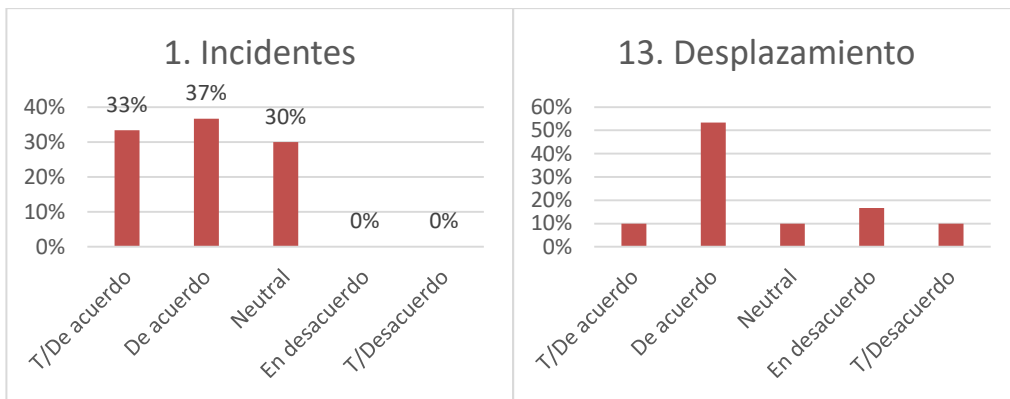


Gráfico 1: Incidentes

Gráfico 2: Desplazamiento

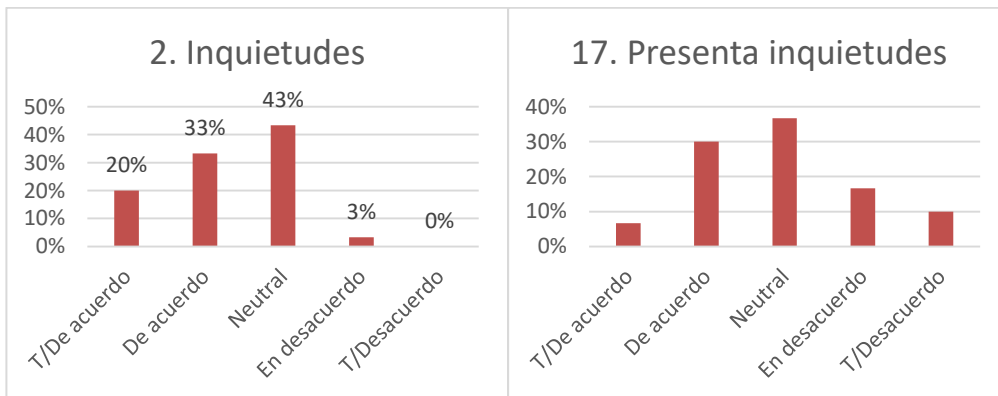


Gráfico 3: Inquietudes

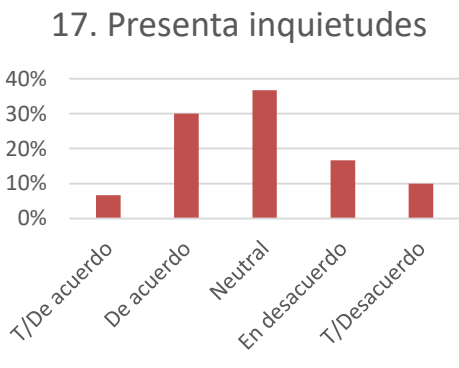


Gráfico 4: Presenta inquietudes

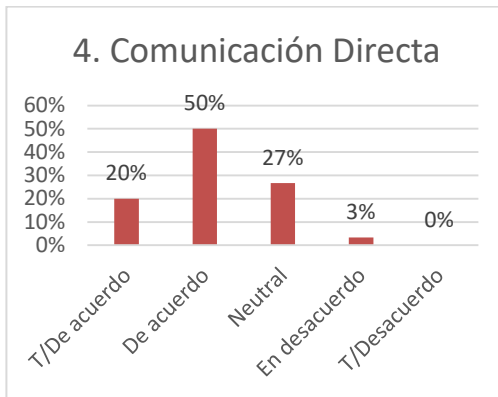


Gráfico 5: Comunicación directa

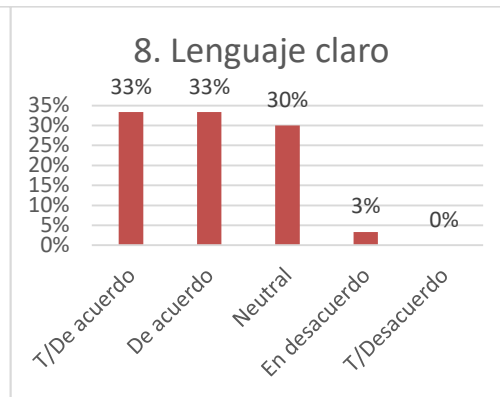


Gráfico 6: Lenguaje claro

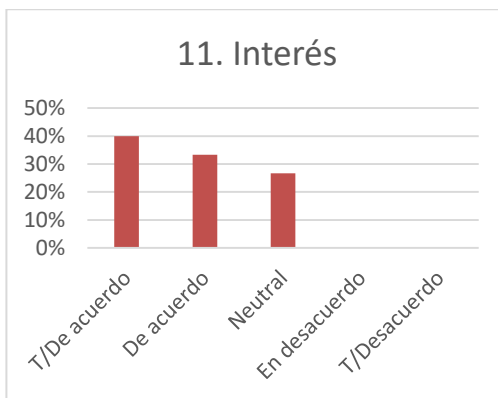


Gráfico 7: Interés

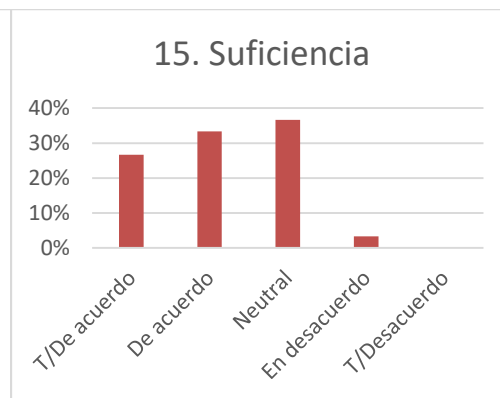


Gráfico 8: Suficiencia

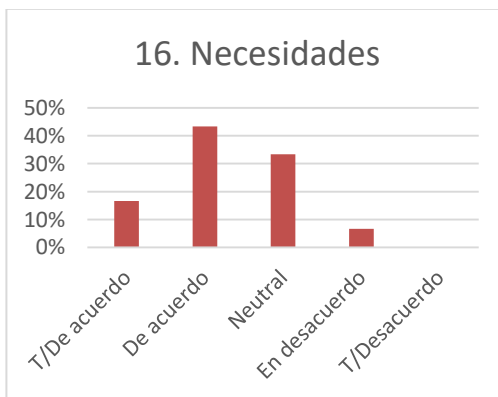


Gráfico 9: Necesidades

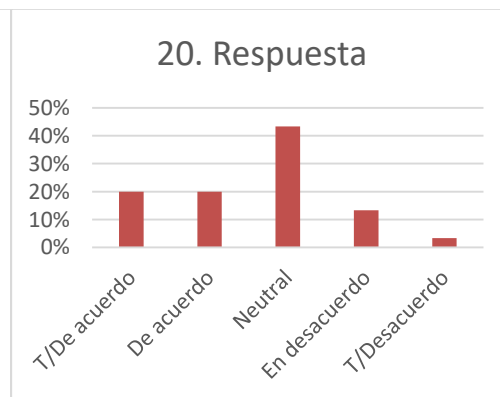



Gráfico 10: Respuesta


4.2.1 Univariado

- El 33% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.
- El 37% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.
- El 30% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.
- El 0% de los encuestados está en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.
- El 0% de los encuestados está Totalmente en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.
- El 10% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.
- El 53% de los encuestados está de acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.
- El 10% de los encuestados está neutral en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.
- El 17% de los encuestados está en des acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.

- 
- El 10% de los encuestados está totalmente en des acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.
 - El 20% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes.
 - El 33% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes.
 - El 43% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes.
 - El 0% de los encuestados está en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes.
 - El 0% de los encuestados está Totalmente en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes.
-
- El 7% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
 - El 30% de los encuestados está de acuerdo en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
 - El 37% de los encuestados está neutral en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
 - El 17% de los encuestados está en des acuerdo en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
 - El 10% de los encuestados está totalmente en desacuerdo en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
 - El 20% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
 - El 50% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.


- El 27% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
- El 3% de los encuestados está en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
- El 0% de los encuestados está Totalmente en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
- El 33% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter.
- El 33% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter.
- El 30% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter.
- El 3% de los encuestados está en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter.
- El 0% de los encuestados está Totalmente en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter.
- El 40% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.
- El 33% de los encuestados está de acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.
- El 27% de los encuestados está neutral en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.
- El 0% de los encuestados está en des acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.

- El 33% de los encuestados está totalmente en des acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.
- El 27% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.
- El 33% de los encuestados está acuerdo en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.
- El 37% de los encuestados está neutral en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.
- El 3% de los encuestados está en des acuerdo en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.
- El 0% de los encuestados está totalmente en des acuerdo en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.
- El 17% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín.
- El 43% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín.
- El 33% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín.
- El 7% de los encuestados está en des acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín.

- 
- El 0% de los encuestados está totalmente en des acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín.
 - El 20% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.
 - El 20% de los encuestados está de acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.
 - El 43% de los encuestados está neutral en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.
 - El 13% de los encuestados está en des acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.
 - El 3% de los encuestados está totalmente en des acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.

4.1.2 Bi-variado


- El 37% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes. El 53% de los encuestados está de acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.
- El 33% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes. El 17% de los encuestados está en des acuerdo en que al



momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.

- El 30% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes. El 10% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín.
- El 10% de los encuestados está totalmente en des acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín. El 0% de los encuestados está en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.
- El 43% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes. El 37% de los encuestados está neutral en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
- El 33% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes. El 30% de los encuestados está de acuerdo en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
- El 20% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes. El 17% de los encuestados está en des acuerdo en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín.
- El 10% de los encuestados está totalmente en desacuerdo en que presentan sus inquietudes a la Secretaría de Movilidad de Medellín. El 0% de los encuestados está Totalmente en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes.

- El 33% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter. El 50% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
- El 33% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter. El 27% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
- El 30% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter. El 20% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
- El 3% de los encuestados está en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter. El 3% de los encuestados está en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios.
- El 40% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter. El 37% de los encuestados está neutral en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.
- El 33% de los encuestados está de acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter. El 33% de los encuestados está acuerdo en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.
- El 27% de los encuestados está neutral en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter. El 27% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que es



suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter.

- El 3% de los encuestados está en des acuerdo en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter. El 0% de los encuestados está en des acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.
- El 43% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín. El 43% de los encuestados está neutral en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.
- El 33% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín. El 20% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.
- El 17% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín. El 13% de los encuestados está en des acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.
- El 7% de los encuestados está en des acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín. El 3% de los encuestados está totalmente en des acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.

4.1.3 Multivariado

- El 53% de los encuestados está de acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín. El 37% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes. El 33% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.
- El 43% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes. El 20% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes. El 0% de los encuestados está Totalmente en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes.
- El 50% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios. El 33% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter. El 33% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter.
- El 40% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter. El 37% de los encuestados está neutral en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter. El 33% de los encuestados está de acuerdo en

que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.

- El 43% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín. El 20% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida. El 3% de los encuestados está totalmente en desacuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.


4.2 ESTADÍSTICO DESCRIPTIVO CATEGORIAL DE LA ENTREVISTA

Tabla 3: Entrevista cuenta de Twitter (@sttmed)

ENTREVISTA CUENTA DE TWITTER(@STTMED)	
Twitter	Twitter, Redes sociales
Seguidores	Flujos de comunicación, flujos globales
Interacción	Flujos de comunicación, flujos globales
Publicaciones	Discurso, Tiempo
Estrategias	Efectividad, sociedad red

4.2.1 Unicategorial

- El contenido de Twitter de la Secretaría de Movilidad corresponde a un 90%
- El contenido de Twitter de la Secretaría de Movilidad no aplica en un 10%

- 
- Los seguidores de la cuenta de Secretaría de Movilidad tienen una importancia de 54,54%
 - Los seguidores de la cuenta de Secretaría de Movilidad no aplican en un 45,45%
 - La interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%
 - Las publicaciones en la cuenta de Secretaría de Movilidad tienen una percepción del 90%
 - Las estrategias utilizadas por la Secretaría de Movilidad corresponden a un 64%
 - Las estrategias utilizadas por la Secretaría de Movilidad no aplican en un 36%

4.2.2 Bi-categorial

- La interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%. El contenido de Twitter de la Secretaría de Movilidad corresponde a un 90%
- Las publicaciones en la cuenta de Secretaría de Movilidad tienen una percepción del 90%. La interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%.
- Los seguidores de la cuenta de Secretaría de Movilidad tienen una importancia de 54,54%. Los seguidores de la cuenta de Secretaría de Movilidad no aplican en un 45,45%
- La interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%. El contenido de Twitter de la Secretaría de Movilidad no aplica en un 10%

- Las publicaciones en la cuenta de Secretaría de Movilidad tienen una percepción del 90%. Las estrategias utilizadas por la Secretaría de Movilidad no aplican en un 36%

4.2.3 Multivariado

- La interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%. El contenido de Twitter de la Secretaría de Movilidad corresponde a un 90%. La interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%.
- La interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%. Los seguidores de la cuenta de Secretaría de Movilidad no aplican en un 45,45%. El contenido de Twitter de la Secretaría de Movilidad no aplica en un 10%

4.3 Tabulación de datos cuantitativos Fichas de Observación

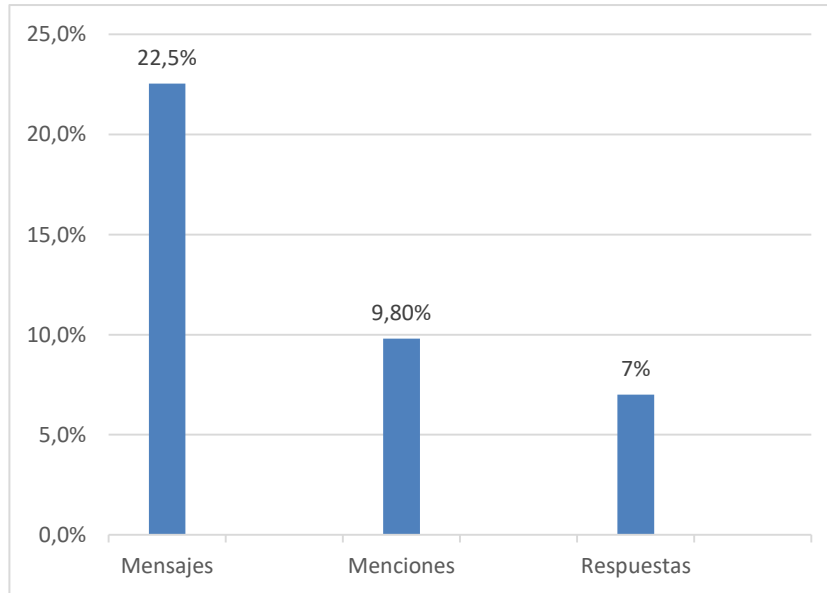


Gráfico 11: Datos cuantitativos

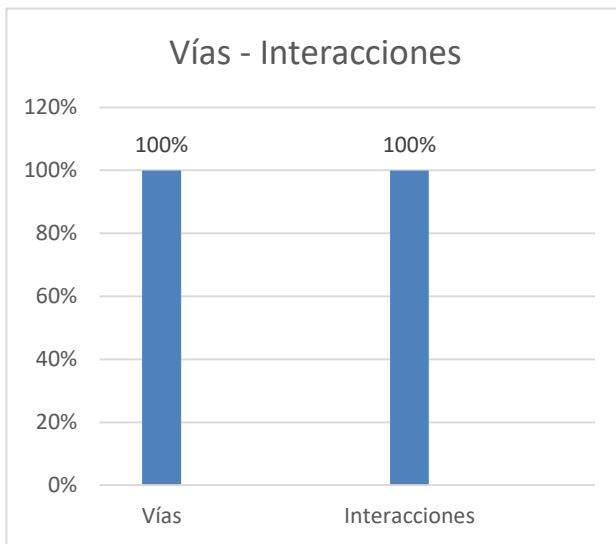


Gráfico 12: Vías-Interacciones

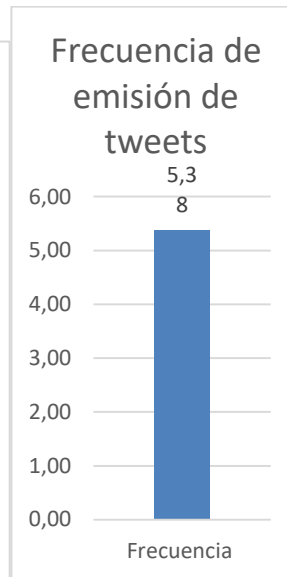


Gráfico 13: Tweets

4.3.1 Univariado

- La Secretaría de Movilidad de Medellín emitió 47 mensajes que corresponden al 13,90%
- La Secretaría de Movilidad de Medellín emitió 21 mensajes que corresponden al 6,21%
- La Secretaría de Movilidad de Medellín emitió 10 mensajes que corresponden al 2,95%
- La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 22 que corresponden al 14,96%
- La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 11 que corresponden al 7,48%
- La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 5 que corresponden al 3,40%
- El número de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad fueron 14 que equivalen a un 13,33%

- El número de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad fueron 7 que equivalen a un 6,66%
- El número de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad fueron 2 que equivalen a un 1,90%
- La Secretaría de Movilidad publica contenido de vías en un 6,66%
- La Secretaría de Movilidad publica contenido sobre accidentes en de vías en un 53,28%
- La Secretaría de Movilidad no publica contenido sobre accidentes en de vías en un 46,62%
- La Secretaría de Movilidad de Medellín emite un 0.78 de mensajes por minuto que corresponde a un 14%
- La Secretaría de Movilidad de Medellín emite un 0.35 de mensajes por minuto que corresponde a un 7%
- La Secretaría de Movilidad de Medellín emite un 0.01 de mensajes por minuto que corresponde a un 0%.

4.3.2 Bi-variado

- La Secretaría de Movilidad publica contenido sobre accidentes en de vías en un 53,28%. La Secretaría de Movilidad no publica contenido sobre accidentes en de vías en un 46,62%
- La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 22 que corresponden al 14,96%. La Secretaría de Movilidad de Medellín emitió 47 mensajes que corresponden al 13,90%
- El número de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad fueron 14 que equivalen a un 13,33%- La Secretaría de Movilidad de Medellín emite un 0.78 de mensajes por minuto que corresponde a un 14%
- La Secretaría de Movilidad publica contenido sobre accidentes en de vías en un 53,28%. El número de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad fueron 2 que equivalen a un 1,90%


- La Secretaría de Movilidad no publica contenido sobre accidentes en de vías en un 46,62%. La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 5 que corresponden al 3,40%
- La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 22 que corresponden al 14,96%. La Secretaría de Movilidad de Medellín emitió 10 mensajes que corresponden al 2,95%

4.3.3 Multivariado

- La Secretaría de Movilidad publica contenido sobre accidentes en de vías en un 53,28%. Secretaría de Movilidad no publica contenido sobre accidentes en de vías en un 46,62%. La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 22 que corresponden al 14,96%.
- El número de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad fueron 2 que equivalen a un 1,90%. La Secretaría de Movilidad de Medellín emitió 10 mensajes que corresponden al 2,95%. La cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 5 que corresponden al 3,40%.

4.4 TRIANGULACIÓN DE LOS ASPECTOS TEÓRICOS, PRÁCTICOS Y METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El principal objetivo de este estudio es poder determinar cómo los flujos de información en Twitter aportan a la efectividad de la comunicación entre los ciudadanos de Medellín y la Secretaría de Movilidad de Medellín. Para ello, debemos referirnos a lo que es la efectividad. Juan José Miranda Miranda nos da una definición desde el ámbito de la administración, pero que puede acoplarse perfectamente a esta investigación. Él, define a la efectividad como un proceso en el cual se hace un óptimo uso de los recursos que se tienen a la mano para alcanzar los objetivos propuestos y los impactos esperados. Esta definición, sin duda, es la que más se acerca al este proyecto de investigación, pues, para la Secretaría de




Movilidad de Medellín el proceso de comunicación será efectivo cuando el público logre captar perfectamente el mensaje que se transmitió con el recurso que en ese momento tienen a disposición: Twitter.

Como se pudo encontrar en las escalas Likert aplicadas a los seguidores de la cuenta, el 43% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responda a las necesidades de los ciudadanos de Medellín. El 20% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida. El 3% de los encuestados está totalmente en desacuerdo en que la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera efectiva y rápida.

Es importante también, diferenciar el término efectividad de eficacia. La eficacia hace referencia, según Miranda, a lograr los objetivos sin medir la magnitud de los recursos empleados. No tomaremos en cuenta la eficacia, porque los recursos empleados en estas circunstancias Secretaría de Movilidad de Medellín tiene unos recursos dispuestos para esta actividad como lo es un equipo de comunicaciones, estrategias digitales y community manager al servicio de la cuenta de Twitter y de los ciudadanos, por lo cual se tiene completamente medidos los recursos para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Además de lo anterior, es vital comprender que la comunicación entre la ciudadanía y la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera digital, lo que supone una nueva forma de comunicación que tiene diversas implicaciones, en este caso, la llamada sociedad red de Manuel Castells.

Sociedad red no es la creación de una nueva sociedad. Es una adaptación de los quehaceres. “Por tanto, más que ver la emergencia de una nueva sociedad, totalmente on line, lo que vemos es la apropiación de Internet por




redes sociales, por formas de organización del trabajo, por tareas, al mismo tiempo que muchos lazos débiles, que serían demasiado complicados de mantener off line, se pueden establecer on line.”

Las nuevas formas de comunicación no nacen en internet, estas se crean en la sociedad a partir de cambios históricos, los cuales hacen que las diferentes maneras de interacción evolucionen. El internet es el que constituye la base material y tecnológica de la sociedad red, es un medio por el cual se establecen las diferentes formas de comunicación, nuevas formas que sin él no sería posible llevarlas a cabo. Twitter tiene su propio lenguaje de comunicación entre los usuarios. Para poder comprender el análisis a realizar en este trabajo es indispensable tener un dominio de los términos. Estas nuevas formas de comunicación se dan a través de la plataforma twitter, la cual tiene limitantes y puntos a favor que juegan dentro del flujo de comunicación entre ambas partes. Twitter se define como “un servicio de microblogueo con más de más de 41 millones de usuarios a partir de julio de 2009 y está creciendo rápidamente. Los usuarios de Twitter tweets sobre cualquier tema dentro del límite de 140 caracteres y seguir a otros a recibir sus tweets.”

El sitio web oficial de Twitter: about.twitter.com define un tweet como una expresión de un momento o una idea que puede contener diferentes elementos audiovisuales como imágenes, videos, enlaces y obviamente texto. Actualmente esta red social cuenta con más de 560 millones de usuarios activos alrededor del mundo.

Según las escalas Likert aplicadas al 40% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que le interesa la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter. El 37% de los encuestados está neutral en que es suficiente la información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en la red social twitter. El 33% de los encuestados está de acuerdo en que le interesa la




información que brinda la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de twitter.

Como se plantea en el primer objetivo específico de esta investigación, se busca determinar los tipos de flujos de información existentes entre la Secretaría de Movilidad de Medellín y la ciudadanía. El sociólogo español Manuel Castells presenta una precisa definición de flujo en su libro *La era de la información: economía, sociedad y cultura* en donde dice que “Por flujo entiendo las secuencias de intercambio e interacción determinadas, repetitivas y programables entre posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad”. En este sentido, Castells afirma que un flujo es aquel proceso en el que se intercambia información entre dos partes que no están en un mismo espacio físicamente.

Según los datos hallados en la aplicación de una Escala Likert a diferentes seguidores de la cuenta en twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín @sttmed, el 43% de los encuestados está neutral en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes. El 20% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes. El 0% de los encuestados está Totalmente en desacuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a sus inquietudes, lo que arroja un buen nivel de respuesta a los ciudadanos.

Castells afirma que la sociedad actual está construida en torno a flujos de todo tipo: de capital, de información, de interacción e incluso, flujos de imágenes, sonidos y símbolos. Esto, nos hace pensar que los flujos son el soporte de la sociedad, pues esta se basa en torno a procesos políticos, económicos y culturales, los cuales dominan la existencia de los seres humanos.




Por medio de la plataforma Twitter, la Secretaría brinda información y además interactúa con los usuarios de la red social, y a través de esto se puede ver un espacio que va más allá de lo físico y un tiempo que no necesariamente debe ser de respuesta inmediata.

De acuerdo a la Escala Likert, podemos inferir que el 53% de los encuestados está de acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la cuenta de twitter de la Secretaria de Movilidad de Medellín, el 37% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes y para finalizar El 33% de los encuestados está Totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes.

De otro lado, esta investigación también busca Describir el tipo de contenido generado por la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta oficial de Twitter. En este sentido, teniendo en cuenta a Castells que afirma que un flujo es aquel proceso en el que se intercambia información entre dos partes que no están en un mismo espacio físicamente, es eso precisamente lo que sucede cuando las personas se comunican a través de las redes sociales, realizan un intercambio de información de todo tipo: personal, académico, noticioso etc.

De acuerdo a las fichas de observación realizadas al Twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín (@sttmed) podemos determinar que la Secretaría de Movilidad publica contenido sobre accidentes en de vías en un 53,28%, además, la Secretaría de Movilidad no publica contenido sobre accidentes en de vías en un 46,62% y por último la cantidad de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 22 que corresponden al 14,96%.

Además. Van Dijk afirma que un discurso se puede analizar críticamente desde el punto de vista de que las organizaciones, al ser colectividades sociales producen significados que pueden ser compartidos por el mismo emisor y el receptor, es decir




que se habla el mismo lenguaje dentro del flujo de comunicación, además que la realidad social que se vive en el momento y los mensajes emitidos le sirven a los propios intereses de la organización tanto como a la audiencia.

Dentro de la Escala Likert pudimos concluir que el 50% de los encuestados está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con los usuarios, el 33% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter y un 33% afirma que está de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad utiliza un lenguaje claro en Twitter. Podemos inferir que el contenido generado por la Secretaría de Movilidad es de una comunicación directa con el seguidor para recibir orientación de diferente índole.

El segundo objetivo específico planteado en esta investigación es Describir el tipo de contenido generado por la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta oficial de Twitter. Para esto, debemos tener en cuenta que, en la actualidad, las diferentes sociedades han buscado nuevas formas de comunicarse, creando diferentes plataformas que benefician sus actividades cotidianas.

Este tipo de comunicación ha servido para mejora de la economía, además se han roto los esquemas básicos de espacio y tiempo, la comunicación no siempre es presencial y brinda diferentes posibilidades a los participantes de la misma.

Manuel Castells, en su libro *La era de la información: economía, sociedad y cultura* afirma que “La ciencia y la tecnología como medios y objetivos básicos de la economía y la sociedad; la transformación del espacio y del tiempo; y la dominación de la identidad cultural por los flujos globales y abstractos de riqueza, poder e información, que construyen la virtualidad real mediante las redes de medios de comunicación”




De acuerdo, a la entrevista realizada a la comunicadora de La Secretaría de Movilidad de Medellín, Aura Elena Vasco, la interacción en el Twitter de la Secretaría de Movilidad equivale a un 100%, los seguidores de la cuenta de Secretaría de Movilidad no aplican en un 45,45% en las interacciones y el contenido de Twitter de la Secretaría de Movilidad no aplica en un 10% de lo generado.

En nuestro caso debemos entender que Twitter es una herramienta de comunicación global, y que aporta de diferentes maneras a la comunicación de la sociedad. Puede ser una comunicación más personal o también entablar relaciones con empresas y/o entidades que prestan un servicio como lo es la Secretaría de Movilidad de Medellín. Además, tener en cuenta que el contenido no siempre es propio y los seguidores no están siempre al tanto del contenido generado.

Como está planteado en el tercer objetivo específico de esta investigación, que es analizar la frecuencia en la emisión de mensajes e identificar el promedio de respuestas a la ciudadanía en relación a la cantidad de preguntas que se hacen a la Secretaría de Movilidad de Medellín, debemos tener en cuenta que tiempo juega un papel fundamental en lo que actualmente se denomina como la sociedad red y es probablemente, el actor más importante en la proyección de una temporalidad nueva.

Considerando diferentes variables en las plataformas utilizadas para la comunicación moderna, el tiempo se convierte en un aspecto fundamental para cualquier proceso de este tipo. Puede ser cronológico o atemporal y todo depende del escenario donde se desarrolle un proceso de comunicación.

Teniendo en cuenta las fichas de observación, el número de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad fueron 2 que equivalen a un 1,90%. La Secretaría de Movilidad de Medellín emitió 10 mensajes que corresponden al 2,95%. La cantidad




de Menciones recibidas por la Secretaría de Movilidad fueron 5 que corresponden al 3,40%.

Castells afirma que “La eliminación de las secuencias crea una cronología indiferenciada, con lo cual se aniquila el tiempo. En nuestras sociedades, la mayoría de los procesos centrales dominantes se estructuran en el tiempo atemporal, pero la mayoría de la gente está dominada por el tiempo de reloj.” Esta afirmación puede tener similitud con lo que actualmente sucede en las redes sociales y las plataformas de comunicación, donde el tiempo es fundamental pero no es determinante.

4.5 SISTEMATIZACIÓN

Luego de haber aplicado los diferentes instrumentos de recolección de la información, los resultados obtenidos fueron que la Secretaría de Movilidad de Medellín responde frecuentemente a las necesidades de los ciudadanos de Medellín. Además, algunos seguidores de la cuenta afirman que algunas veces la respuesta a las inquietudes presentadas en la cuenta de twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hace de manera rápida y efectiva. Por otra parte, un porcentaje mínimo de la muestra afirma que la Secretaría de Movilidad no responde frecuentemente de manera rápida y efectiva.

Además, podemos inferir que frecuentemente, los seguidores de la cuenta de la Secretaría de Movilidad están de acuerdo en que al momento de desplazarse por la ciudad de Medellín se informa a través de la misma. Por otro lado, algunos de ellos están de acuerdo en que la Secretaría de Movilidad de Medellín informa de manera adecuada sobre los incidentes y, además, frecuentemente están de acuerdo en que la Secretaría informa de manera adecuada sobre los incidentes.




Cabe resaltar que la red social Twitter, como se explicó anteriormente, tiene limitaciones en su estructura para el lenguaje y que nos encontramos con una cuenta con más de 275 mil seguidores que en un momento dado, pueden tener inquietudes de diversas índoles. Como lo afirman Natalia Quintas y Ana González en su texto Audiencias activas: participación de la audiencia social de la televisión, es que una de las principales características de Twitter es que los mensajes deben ser cortos, por lo cual se presume que la comunicación existente en esta red social debe ser clara, concisa y efectiva. “se ha convertido en una de las webs más influyentes en las sociedades occidentales. Sus breves mensajes, llamados tweets contienen tan solo 140 caracteres, lo que obliga a los usuarios a expresarse con concisión”

Entrando en la parte del contenido, los seguidores de la cuenta que frecuentemente les interesa la información brindada por la Secretaría de Movilidad. Dicho contenido, como fue especificado en las fichas de observación, trataba sobre vías, accidentes, trámites y demás inquietudes que le pueden surgir a un ciudadano que sea o no propietario de un vehículo. También, pudimos hallar que algunas veces es suficiente la información que se brinda, teniendo en cuenta que se hace a través de un medio digital con 140 caracteres para solucionar la pregunta.

Por otra parte, los encuestados afirmaron que muchas veces la Secretaría de Movilidad de Medellín responde a las inquietudes que se expresan por la red social twitter y que nunca se han quedado con una pregunta sin resolver por parte del ente de movilidad, lo que arroja un alto nivel de respuesta.

Estas preguntas, generalmente se realizan en las denominadas horas pico, donde la movilidad de la ciudad se torna caótica, se presentan accidentes y vías colapsadas y los ciudadanos buscan solucionar temas como mejores alternativas de movilidad y la respuesta a un trámite en especial.




Jesús Martín Barbero, hace un acercamiento a los flujos, en donde lo relaciona con la comunicación que se hace a través de las entidades públicas, como es el caso.

“Flujos de información transnacionales, y donde se configuran nuevos modos de representación y participación política, es decir, nuevas modalidades de ciudadanía Vivimos en unas ciudades desbordadas no sólo por el crecimiento de los flujos informáticos sino por esos otros flujos que siguen produciendo la pauperización y emigración de los campesinos, con la gran paradoja de que mientras lo urbano desborda la ciudad permeando de forma creciente el mundo rural, nuestras ciudades viven un proceso de desurbanización”

Uno de los aspectos más relevantes de esta investigación es la comunicación entablada entre la entidad y los ciudadanos, lo que hemos denominado flujo de comunicación. Los seguidores de la cuenta afirman que muchas veces la Secretaría de Movilidad de Medellín realiza una comunicación directa con ellos, y que frecuentemente se utiliza un lenguaje claro y conciso en la plataforma twitter.

Para finalizar, la frecuencia de mensajes y cantidad de respuestas por parte de la Secretaría de Movilidad se da muchas veces, teniendo en cuenta el contenido que generan, el cual ya fue mencionado anteriormente. Además, la cuenta frecuentemente recibe diferentes menciones por parte de los ciudadanos, seguidores o no, que buscan en la misma ya sea una información o una posible solución. Tenemos en cuenta que, el tiempo atemporal, es el que caracteriza los procesos dominantes de nuestra sociedad y se da cuando las características de un contexto determinado.

Esto es lo que sucede con las redes sociales y las diferentes herramientas que la tecnología brinda para la comunicación. No existe un tiempo determinada para




iniciar o terminar un proceso comunicativo y esto permite que las sociedades se relacionen de una manera más amplia.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de aplicados los instrumentos de la investigación y realizar la triangulación y sistematización de los resultados en esta investigación, podemos concluir lo siguiente:

- Aunque el 70% de la muestra de la investigación asegura que la Secretaría de Movilidad de Medellín entabla comunicación directa con sus seguidores, solo el 20% de ellos mencionan que se le resuelven de manera correcta sus inquietudes. Según esto, inferimos que en gran parte de las respuestas se realiza un re direccionamiento de la solicitud, además los 140 caracteres de la plataforma es un obstáculo para su respuesta.
- La Secretaría de Movilidad de Medellín, dentro de la muestra realizada, tiene respuestas a la ciudadanía en un 100%. No responde a todas las solicitudes, pero dentro de los rangos de tiempo medidos, siempre da respuesta a los ciudadanos.
- La mayoría del contenido emitido por la Secretaría de Movilidad de Medellín se enfoca en accidentes de tránsito ocurridos en la ciudad, utilizando plataformas vinculadas como Flickr, Youtube e infográficos que le ayudan al seguidor de la cuenta a comprender de una mejor manera la información.
- Los seguidores de la cuenta de Twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín se informan en su mayoría y constantemente sobre el estado de las vías de la ciudad de Medellín a través de la plataforma Twitter.
- La Secretaría de Movilidad de Medellín utiliza un lenguaje claro, amigable y comprensible con sus seguidores.
- La información presentada por la Secretaría de Movilidad de Medellín en su cuenta de Twitter es de interés para sus seguidores, quienes la utilizan para mejorar su movilidad dentro de la ciudad.

- 
- El 60% de la muestra de la investigación cree que la información presentada en Twitter es suficiente, por lo cual deben dirigirse a otras plataformas para ampliar o resolver sus inquietudes. (Facebook, sitio web, correo electrónico)
 - Las respuestas de la Secretaría de Movilidad de Medellín se hacen de manera efectiva y rápida en solo un 40%, razón por la cual, los seguidores en su mayoría no sienten que a través de Twitter se responda de manera adecuada a sus solicitudes.

Según lo anterior, sugerimos realizar una investigación desde la Secretaría de Movilidad de Medellín para medir la conformidad de los usuarios con la plataforma Twitter, para aplicar las mejoras y correctivos necesarios en tal caso.

6 PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

6.1 PRESENTACIÓN


El siguiente producto edu-comunicativo busca dar una expresión dentro de las Tecnologías de la Información y la Comunicación a este trabajo investigativo que buscó identificar los flujos de comunicación entre la ciudadanía y el estado tomando como base la red social twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín.

Se realizará una aplicación móvil, descargable en cualquier plataforma que vincule a ambos actores de la investigación para facilitar y mejorar la comunicación en una doble vía y así, establecer mecanismos de participación ciudadana, mejorar la movilidad de la ciudad de Medellín y por supuesto, solventar las necesidades de interacción entre aquellos que quieren moverse por la ciudad y quienes brindan este tipo de información.

6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Desarrollaremos una aplicación móvil debido a que primero, es hasta ahora un campo inexplorado por la Secretaría de Movilidad de Medellín, porque utiliza únicamente las redes sociales y sus canales institucionales para comunicarse con los ciudadanos, lo cual podría ser una propuesta innovadora, que cubre ampliamente diferentes públicos objetivo de la Secretaría. Además, debido al auge de las TIC y la facilidad de acceso a teléfonos inteligentes y aplicaciones, es un canal apropiado y de alto impacto que beneficiará a los medellinenses y demás que necesitan desplazarse por la ciudad de una manera adecuada.

También, sabemos que la forma de comunicarnos ha evolucionado durante estos años. Es necesario que las entidades migren sus contenidos otras plataformas ya



que no solo se solucionarán los problemas de comunicación, sino que tendrá efectos colaterales beneficiosos para la organización como el posicionamiento en este tipo de contenidos, la adaptabilidad de su información, transmisión en tiempo real de lo que sucede en la ciudad y la posibilidad de una máxima difusión en la emisión del contenido.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO DE PRODUCTO


Desarrollaremos una aplicación móvil cuidando la imagen gráfica presentada por la Secretaría de Movilidad de Medellín en sus diferentes plataformas. Estará disponible para descarga gratuita en las plataformas Android y IOS.

Será de un manejo intuitivo y los ciudadanos podrán ver en tiempo real el estado de las vías de la ciudad en diferentes categorías como accidentes, vías cerradas y el estado de la movilidad en general. Además, tendrá un chat donde un funcionario de la Secretaría podrá resolver sus dudas e inquietudes y un portal de contacto para enviar sus quejas, peticiones, sugerencias y reclamos. También, podrá consultar el estado de sus solicitudes y si posee o no a la fecha comparendos.

Por último, contaremos con un portal de noticias relacionadas con la Alcaldía de Medellín, la Secretaría de Movilidad y el tráfico en la ciudad. Además, será posible consultar las redes sociales Facebook y Twitter de la Secretaría.

6.4 PRODUCTO

La aplicación se encuentra en el siguiente enlace web para su revisión y uso. Es funcional en la medida de lo posible, pues no podemos acceder a datos personales de los ciudadanos que estén en poder de la Secretaría de Movilidad de Medellín.



Recomendamos verla desde un teléfono móvil para una experiencia amena:

<http://sttmed.comxa.com>



7 ANEXOS

1. Formato de ficha de observación
2. Formato de Escala Likert
3. Escalas Likert
4. Batería de preguntas
5. Tabulación escalas Likert
6. Tabulación fichas de observación
7. Entrevista a Aura Elena Vélez Vasco
8. Consentimiento informado Aura Elena Vélez Vasco
9. Fichas de observación
10. Transcripción entrevista Aura Elena Vélez Vasco
11. Univariado, bivariados y multivariados
12. Sistematización y gráficos
13. Trabajo de Campo

BIBLIOGRAFÍA

ANDIÓN, Mauricio. Universidad nodo: modelo inteligente para la sociedad red. En: Revista Reencuentro. Diciembre, 2002. No, 35. No. p 10-22.

BARBERO, Jesús – Martín. De la ciudad mediada a la ciudad virtual. Madrid.: Telos, 1996 p 44.

BARRANCO, Eustorgio y LUJÁN Diego. Actitudes y aptitudes que se generan con el uso de las Nuevas Tecnologías en los docentes y estudiantes de los grados décimo y undécimo del Colegio San Ignacio, desde una concepción de formación integral. Trabajo de grado Especialista en Docencia Investigativa Universitaria. Medellín.: Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de educación, 2004, p 20-23.

BECERRA, Omar. Elaboración de instrumentos de investigación. 2012. P 25.

CARTAGENA, Cristian y LEÓN Maria. Plataformas virtuales educativas, un caso particular: DI-COM en la FUNLAM. Trabajo de grado Especialista en Docencia Investigativa Universitaria. Medellín.: Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Educación, 2006. p 15-16.

CASACUBERTA, David y COLLADO Jesús. La alfabetización digital en los procesos de inclusión social. Barcelona.: Editorial UOC, 2007. p 40-42.

CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. Coyoacán: Siglo XXI, 1997. p. 140-15 / 444-445

COBO, Silvia. Internet para periodistas. Barcelona. : UOC, 2012. p 97-98.

CONGOSTO, Mari Luz. DELTELL, Luis. CLAES, Florencia y OSTESO, José Miguel. Análisis de la audiencia social por medio de Twitter. Caso de estudio: los premios Goya 2013. En: Ícono 14. Junio, 2013.vol.11 no. 2. p.55.

FLORES, Vivar. Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. En: Revista comunicar. Octubre, 2009, vol 17 no 33,. p 74-77

HARRIS Marvin. En: Introducción a la antropología general. Madrid: Alianza Editorial. 2004. p. 146

HERRERA, Heidy, CASTILLO, Mariana y VELÁSQUEZ, Yésica. Evaluación de los flujos comunicativos en la Gobernación de Antioquia, caso: Gerencia de Comunicaciones – Dirección de información y prensa. Trabajo de grado (Comunicadora social). Medellín.: Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Comunicación Social y Publicidad, 2012. p 15-16.


HERNÁNDEZ, Roberto. FERNÁNDEZ, Carlos. BAPTISTA, Pilar. Metodología de la investigación. México D.F: McGraw-Hill Interamericana, 2003. P 21-23

HORRACH, Juan Antonio. Sobre el concepto de ciudadanía: historia y modelos. Islas Baleares: Revista de Filosofía Factótum, 2009. P.3

Ibíd. P. 262 - 265.

KWAK, Haewoon. What is twitter, a social network or a news media? Nueva York: ACM Digital Library, 2010 p.1.

MARQUINA, Julián. Plan social media y community manager. Barcelona.: UOC. 2013, p 29-30.



MARTINEZ, Piedad. El método de estudio de caso, Estrategia metodológica de la investigación científica. Barranquilla Revista Pensamiento y Gestión, 2006 P 188.

MINTZBERG, Henry. La estructuración de las organizaciones.: Barcelona: Ariel Economía, 2005. p 61.

MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social y ambiental. Bogotá: MM Editores, 2005. p 394-395.

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE DOCTORADO SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO. (Manuel Castells, Catalunya). Universitat Oberta de Catalunya. 2000.


PIÑEL, José Luis. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Madrid. Universidad Complutense de Madrid, 2002

QUINTAS, Natalia. GONZÁLEZ, Ana. Audiencias activas: participación de la audiencia social de la televisión. La Coruña: Revista Comunicar, 2014. p 86.

RUIZ, Ariel. Metodología de la investigación Educativa. Brasil: Ed. Grifo Chapecó. 1999.

RUIZ, Manuel. BORBOA, María. RODRÍGUEZ, Julio. El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. España: Revista Académica de Investigación Tlatemoani, 2013. P 9-13.

Secretaría de Movilidad de Medellín. ¿Quiénes somos? Disponible en:
<https://www.medellin.gov.co/movilidad/secretaria-de-movilidad#1-objetivos-e-historia>



VAN DIJK, Teun A. El discurso como interacción social. Barcelona: Editorial Gedisa S.A. 2000. P. 21 - 25

VAN DIJK, Teun A. El discurso como interacción social. Barcelona: Editorial Gedisa S.A. 2000. P. 264.

YÁÑEZ, Alonso. Ciudadanos y Gobiernos conectados ¿Qué requieren y demandan los ciudadanos en la interacción electrónica con sus gobiernos? [Estudio] México D.F.: Deloitte Consulting Group, 2012.