



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**

### **CARRERA DE COMUNICACIÓN**

#### **TEMA:**

---

“La percepción de la comunicación institucional y la información oficial que se difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo”

---

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación

#### **AUTOR:**

Sánchez Veloz Karina Alexandra

#### **TUTOR:**

Dr. Walter Francisco Viteri Torres

Ambato - Ecuador

2022

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**CERTIFICA:**

Que la señorita KARINA ALEXANDRA SÁNCHEZ VELOZ, portadora de la C.C. 180550100-2, habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR - PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: “LA PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y LA INFORMACIÓN OFICIAL QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN PEDRO DE PELILEO”,

previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación; por lo que, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 30 de junio 2022

**Dr. Walter Viteri Torres. Mg**  
**PROFESOR/TUTOR**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Los criterios expuestos en este proyecto de investigación: “La percepción de la comunicación institucional y la información oficial que se difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo” de igual manera en el contenido, ideas, análisis, conclusiones y referencias, mismos que son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autora de este trabajo de titulación.

Pelileo, 30 de junio, 2022



---

Karina Alexandra Sánchez Veloz

**AUTORA**

## **DERECHOS DEL AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte ella un documento disponible con fines investigativos, consultivos y de lectura en su respectivo repositorio institucional según las normas institucionales.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, en relación a la divulgación pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, ya sea de forma íntegra o parte de ella dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, con la exclusividad de que no se utilice para obtener ninguna ganancia económica sino únicamente con fines académicos en concordancia con los derechos de autor.

Pelileo, 30 de junio, 2022



---

Karina Alexandra Sánchez Veloz

**AUTORA**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros de la Comisión de Estudio y Calificación del Informe del Trabajo de titulación, APRUEBAN el trabajo de Investigación sobre el Tema: “La percepción de la comunicación institucional y la información oficial que se difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo”, presentado por la señorita Karina Alexandra Sánchez Veloz, en razón de que cumple con los requisitos de conformidad con el reglamento de graduación para la obtención del título de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

Ambato,.....2022

**LA COMISIÓN**

---

**DR. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico desde el fondo de mi corazón a mis padres Manuel Sánchez y Gladys Veloz quienes siempre me han brindado su apoyo incondicional. Su bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien, lo cual ha permitido que llegue a esta nueva etapa.

A mis hermanos Daniel y Paulina Sánchez, por brindarme su tiempo y ser quienes me han dado su hombro cuando lo he necesitado y sobre todo porque ellos han sido el mejor ejemplo para mí.

Además, me gustaría dedicar mi tesis a la persona más importante de mi vida, mi mamacita Bachita que por más que ya no se encuentre en este mundo sé que desde donde esté me ha dada su bendición para lograr cada uno de mis sueños y ha sido mi pensamiento más frecuente para lograr una meta más.

**Karina Sánchez**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme guiado durante mi vida estudiantil y por haber enviado a personas que me han ayudado a cumplir mis logros.

A mi familia quienes han sido parte fundamental para continuar mis estudios, además de que me ha enseñado a valorar todo lo que tengo y dándome un ejemplo de superación, humildad y sacrificio.

Agradezco a mis profesores quienes aportaron su conocimiento en especial a mi tutor Walter Viteri quien me ha ayudado a con este trabajo de titulación.

Finalmente agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, institución que me abrió las puertas para continuar con mis estudios y por permitir cumplir una meta más.

**Karina Sánchez**

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR .....	iii
DERECHOS DEL AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
B. CONTENIDOS.....	1
<b>CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>1</b>
1.1. Antecedentes Investigativos .....	1
<b>1.2. Categorías Fundamentales.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3. Objetivos:.....</b>	<b>23</b>
➤ <b>General.....</b>	<b>23</b>
➤ <b>Específico .....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA.....</b>	<b>24</b>
2.1. Métodos.....	24
<b>CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	27
• Análisis de la Publicación 1 .....	27



• Análisis de la Publicación 2 .....	32
• Entrevista.....	37
<b>CAPITULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>44</b>
4.1. Conclusiones .....	44
4.2. Recomendaciones.....	44
<b>C. MATERIALES DE REFERENCIA .....</b>	<b>45</b>
➤ Referencias Bibliográficas .....	45
➤ Anexos.....	49
Anexo 1. Post de la publicación 1 .....	49
Anexo 2. Post de la publicación 2.....	52
<b>Anexo 3. Entrevista .....</b>	<b>54</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Datos Generales de la publicación1 .....	28
<b>Tabla 2.</b> Clasificación de reacciones de la publicación 1.....	29
<b>Tabla 3.</b> Veces compartidas de la publicación 1 .....	30
<b>Tabla 4.</b> Comentarios de los usuarios en la publicación 1 .....	31
<b>Tabla 5.</b> Información General de la publicación 2 .....	33
<b>Tabla 6.</b> Reacciones de la publicación 2 .....	34
<b>Tabla 7.</b> Veces Compartidas de la publicación 2 .....	35
<b>Tabla 8.</b> Comentarios de la publicación 2.....	36

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Matriz de contenido .....	25
<b>Gráfico 2.</b> Post 1 de la fan page GAD Municipal de Pelileo .....	27
<b>Gráfico 3.</b> Información general de la publicación 1 .....	28
<b>Gráfico 4.</b> Clasificación de reacciones de la publicación1 .....	29
<b>Gráfico 5.</b> Veces que compartieron la publicación 1 .....	30
<b>Gráfico 6.</b> Opinión de los usuarios efectuados en la publicación 1 .....	31
<b>Gráfico 7.</b> Post 2 de la fan page GAD Municipal de Pelileo .....	32
<b>Gráfico 8.</b> Información General de la publicación 2 .....	33
<b>Gráfico 9.</b> Clasificación de reacciones de la publicación 2 .....	34
<b>Gráfico 10.</b> Veces que usuarios compartieron la publicación 2 .....	35
<b>Gráfico 11.</b> Clasificación de opiniones compartieron la publicación 2 .....	36

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El propósito principal de la presente investigación es determinar cómo es la percepción sobre la comunicación institucional y la información oficial mediante dos publicaciones tomadas a través de la fan page de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo. Se realizó un análisis de contenido sobre las reacciones, comentarios y veces compartidas en la red social, lo cual refleja que existe un índice elevado de empatía y acuerdo con las actividades realizadas por parte de la Municipalidad. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, con este método se aplicó análisis de contenido para la obtención de datos con el fin de fortalecer este proyecto. Además, se aplicó el enfoque cualitativo, mediante la ejecución de entrevistas a informantes clave, permitiendo obtener mejores resultados para la investigación, para que de esta manera se refleje el sentir de los usuarios en las publicaciones de la fan page de la institución.

**PALABRAS CLAVE:** Comunicación Institucional, Comunicación Masiva, Difusión, Gestión, Información Oficial.

## **ABSTRACT**

The main purpose of this research is to determine the perception of institutional communication and official information through two publications taken by the means of the fan page of the Facebook social network of the Municipal Autonomous Decentralized Government of the San Pedro de Pelileo. A content analysis was carried out on the reactions, comments and times shared on the fan page, which reflects that there is a high rate of empathy and agreement with the activities carried out by the Municipality. The research approach was quantitative, with this method content analysis was applied to obtain data in order to strengthen this project. In addition, the qualitative approach was applied, through the execution of interviews with key informants, allowing to obtain better results for the investigation, so that in this way the feelings of the users are reflected in the publications of the fan page of the institution.

**KEYWORDS:** Institutional Communication, Massive Communication, Diffusion, Management, Official Information.

## **B. CONTENIDOS**

### **CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO**

#### 1.1. Antecedentes Investigativos

Es importante conocer sobre los medios de comunicación masiva según Soledad Yelo Diaz (2017) en su artículo titulado: “los medios de comunicación masiva: una lengua nueva”, tiene como objetivo descubrir la evolución sistémica de la narración y la argumentación que es una forma muy singularizada del sistema lingüístico oral y escrito en su sentido más amplio, ya que los medios de comunicación masiva han trascendido de manera rápida durante este tiempo. Cabe destacar, que su perspectiva teórica es Teun Adrianus Van Dijk., por lo que se realiza un análisis del discurso de los medios de comunicación masiva.

Diaz (2017) utiliza la metodología cualitativa que es fundamental para conocer sobre comunicación masiva, aquí se presenta de modo impreciso al sujeto receptor, como primer caso se establece de manera voluntaria el recibir el mensaje, consciente y primario, mientras que un caso secundario se instaura como colectividad, con el afán de aceptar dicho mensaje y que el mismo sea de un entender individual, generando diversos puntos de vista, es decir, el sujeto emisor se dirige a un receptor que en este caso es el público, mismo que permite definir un sistema comunicativo en el mismo orden que el lingüístico.

Por otra parte, Natalia Golovina (2014) en su artículo “la comunicación masiva y el comportamiento del consumidor”, analiza dos direcciones: la primera como herramienta de poder de las empresas sobre los consumidores causando los efectos cognitivos, afectivos y actitudinales, considerando saber cuáles son los efectos que tiene la comunicación masiva dentro de los receptores, por la razón que los mismos influyen a todos por igual, además, su influencia es de manera selectiva. La presencia de autores como Manuel Castell, permite analizar de mejor manera las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), logrando que la investigación tenga un fundamento teórico válido. Es así como Golovina (2014) aplica el método cualitativo

en el cual se maneja un modelo conceptual de los efectos que son divididos en tres grupos: los efectos cognitivos, que incluyen la formación y aplicación de los conocimientos básicos, ampliación de los conocimientos, afinamiento de las valoraciones y prioridades; los efectos afectivos, que alimentan la ansiedad, miedo, placer, sentimientos de compartir o diferenciarse de otros miembros de la sociedad. Por último, los efectos actitudinales, como la activación o desactivación de ciertas conductas, diferentes tipos de acciones, provocación de las manifestaciones empáticas o egoístas. Este es el resultado de la relación de los medios de comunicación con el consumidor. Cabe destacar, que los medios influyen el comportamiento del consumidor causando efectos que pueden ser planificados o no a largo o corto plazo.

Andrés Morales (1994) en su artículo “Salud Mental y Comunicación Masiva” menciona ideas sobre las maneras de conjugar los conceptos actuales de salud mental y comunicación masiva, razón por la que los medios de comunicación masiva se instalaron dentro de la cultura y han construido gestores de la reproducción social y sobre todo en la ideológica, esto se debe a que en la actualidad los medios de comunicación masiva se situaron en un lugar de privilegio para la construcción del sentido común. Para ello se utilizó el aporte mayor de James Lull y Guillermo Orozco Gómez. Esto ha permitido que la investigación pueda dar un sentido a la utilización de los medios de comunicación masiva dentro del ámbito de la salud mental; para que la investigación tenga un mejor fundamento se optó por aplicar el método cualitativo puesto que se presentaron trabajos, en donde se describen los hábitos de consumo de los medios dentro de grupos representativos, lo cual aportó para que se analizara con mejor profundidad el caso del colectivo. Morales (1994) al final de la investigación concluyó que la salud mental es una expresión directa de la calidad de vida de los individuos, su logro y conservación en un nivel aceptable requieren de una visión y una voluntad política para generar los mecanismos reguladores en cada plano. Sin duda alguna queda mucho por investigar sobre las influencias interactivas entre la cultura, los mass media y la salud mental, para profundizar el conocimiento sobre un medio tan importante y poderoso como es la televisión, así como también sobre otros medios.

Armando Martín Ibarra López (2001) en el artículo “La investigación en comunicación masiva y comportamiento social: una visión de su historia y concepción”, mismo que

plantea otra forma de abordar el desarrollo de la investigación de la comunicación: mediante la formulación de un eje que articula los principales trabajos de investigación con el comportamiento social como objeto de análisis. Esto se debe a que los medios de comunicación se vinculan al comportamiento social. La fundamentación de la investigación se basa en las teorías de: Theodor Adorno, Max Horkheimer, Mario Kaplún, Harold Lasswell, Jesús Martín Barbero, constituyendo en las explicaciones que ejercen los medios de comunicación masivos en los comportamientos sociales, incluyendo el método cualitativo durante la investigación para que cada argumento tenga validez respectiva. López (2001) concluye que el entendimiento del comportamiento social y su interrelación con los medios, permitió plantear problemas epistemológicos y metodológicos.

José Ruiz Valerio (2009) en su artículo titulado “los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía” destaca una serie de hechos tales como son: la liberalización del sector de las telecomunicaciones y el avance de las nuevas tecnologías informativas. Esto se debe a que los medios de comunicación han desempeñan un papel fundamental en la vida de la democracia contemporánea y para ello se utilizaron fundamentos teóricos de García Luengo, puesto que, se asume posiciones pesimistas y de cierta manera de confrontación con respecto a los medios de comunicación y sobre todo para su vinculación con la vida política, por ende, las audiencias, son cada vez más numerosas, consumen y asimilan esa negatividad, la que se traduce en actitudes negativas y que en ocasiones llegan a ser cínicas, desafectas. Valerio (2009) utiliza el método cualitativo para obtener información y fundamentos sobre el comportamiento de la sociedad puesto que para el autor ha sido de importancia el conocer la razón y dar solución, planteando una duda medular en cuanto a aquellos ciudadanos que consumen contenidos generales, especialmente en televisión.

Julio Alonso Arévalo (2007) en su investigación “gestión de la Información, gestión de contenidos y conocimiento” enfatiza en proporcionar a aquellos que poseen beneficios reales y efectivos, pues su estructura de relaciones económicas, políticas, sociales y de ocio en los sistemas y redes de telecomunicaciones, han hecho que los cambios afecten a aquellos sectores más implicados directamente en el campo de la información. Su fundamentación teórica es Carlota Bustelo Ruesta y ende se ha



aplicado el método cualitativo al ofrecer mecanismos que permitieran a la organización adquirir, producir y transmitir, al menor coste posible, datos e informaciones con una calidad, exactitud y actualidad suficientes para servir a los objetivos de la organización y de esta manera conseguir la información adecuada. Arévalo (2007) llega a la conclusión que la efectividad de la Gestión de la información dependerá en buena parte establecida en función de la adecuación de los flujos de información.

Yimian de Lyz Contreras Díaz, Soleidy Rivero Amador, Maricela María González Pérez, Bowen Ding (2021) realizan la investigación “la gestión de información en el contexto institucional y el rol de los directivos” la cual tiene como principal función el indagar en sus principales características en el contexto institucional, con énfasis en el accionar del directivo y su compleja actuación en el proceso de la toma de decisiones y el procesamiento de la información, en donde el proceso de la información juega su papel fundamental siendo un proceso estratégico que tiene lugar en organizaciones de cualquier tipo y abarca todos los procesos, actividades y componentes, manteniendo una estrecha relación con el sistema que lo rige, para lo cual se ha utilizado el fundamento teórico de Gloria Ponjuán Dante, aportando con su libro “introducción a la gestión de información”. Finalmente, Pérez, Bowen Ding (2021) utiliza el método cualitativo, ya que se utiliza la recopilación de información de diferentes investigaciones y de esta manera tener un mejor fundamento. En la conclusión se demandan información porque les resulta imprescindible para cumplir con sus actividades, funciones, metas y objetivos.

Beatriz Elena Inzunza-Acedo (2017) en su escrito “los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia” menciona motivo principal de la indagación es proponer el método utilizado para explorar las fuentes de información en la construcción de representaciones sociales sobre delincuencia. Inzunza-Acedo (2017) maneja la su perspectiva teórica de Dafna Lemish y Magdalena Götz, con ello la metodología fue de carácter cualitativo, se utilizó la entrevista focalizada con el apoyo de la técnica de dibujos.

Con los resultados de la investigación Inzunza-Acedo (2017) se determinó que existen tres tipos de fuentes: las intrapersonales, interpersonales y las masivas. La credibilidad, frecuencia y accesibilidad a cada fuente fueron los factores más relevantes para determinar la importancia de cada una de ellas.

Gabriela Obando (2014) en su escrito “la comunicación masiva como servicio público en la Ley Orgánica de Comunicación de la República del Ecuador” hace énfasis en la responsabilidad extracontractual que tiene el Estado Ecuatoriano por el servicio público de la comunicación masiva de acuerdo, principalmente, a la Ley Orgánica de Comunicación, a la Constitución de la República y los Tratados Internacionales referentes a Derechos Humanos y es que se establece a la comunicación masiva como aquella que se realiza a través de los medios de comunicación. Este mismo cuerpo normativo, se determina claramente que la comunicación masiva es un servicio público, como se mencionó anteriormente. Utilizando métodos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Arrojando como resultados el interés público debe estar encaminado a garantizar los derechos inherentes a la comunicación, más no a restringirlos, menos aún a suprimirlos mediante decisiones de autoridad pública.

Felipe Pozo Bravo (2010) en “medios de comunicación de masas y representación de intereses en Chile” su interés principal es extraer conclusiones sobre la importancia cualitativa que tienen los medios de comunicación de masas en nuestra sociedad actual y cómo estos se han transformado en el principal canal de intermediación de intereses entre la ciudadanía, con ello se enmarca dentro de una investigación cualitativa. Ésta, puede describirse como la observación de objetos codificados, que por lo mismo hay que traducir. Aquí se presenta la base teórica de Pierre Bourdieu y Denis McQuail. De esta manera se representa la sociedad como códigos que regulan la significación, que circulan o se comparten en redes intersubjetivas. Bravo (2010) finalmente llega a la conclusión de que la hipótesis planteada en esta tesis proponía que los medios de comunicación de masas reemplazan a los partidos políticos en el rol de representar los intereses de la ciudadanía, en tanto intermediarios de la agregación de demandas y generalización de las mismas. Pues debemos decir que la hipótesis no es correcta.

Jaime Gonzalo Paccha (2008) en “la comunicación organizacional y el proceso estratégico de comunicación corporativa en el programa de desarrollo de área (PDA) Pasa-San Fernando del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua”. Manifiesta que el motivo principal por el cual se realiza la presente investigación es porque implica investigar, si la falta de un departamento de comunicación organizacional limita una comunicación corporativa para el desarrollo entre todos los involucrados con el PDA Pasa-San Fernando. En su base teoría ha optado por Berlo, Ingrid Rodríguez. Utilizando las metodologías cualitativo-cuantitativo debido a que la investigación está referida a todos aquellos aspectos que denotan cualidad y que son susceptibles de tomar valores no numéricos, diferentes, comprendidos o no dentro de cierto límite. Para concluir menciona que la comunicación corporativa, aparece como la estructura de integración y gestión de las prácticas comunicativas en función de una imagen coherente y sólida en los diferentes públicos.

Para Brenda Di Paolo (2013) en “la comunicación en las organizaciones de la sociedad civil: una perspectiva alternativa para el estudio y la práctica de la comunicación organizacional” tiene como propósito realizar una aproximación tanto teórica como empírica en el ámbito de las organizaciones de la sociedad civil, misma que provea herramientas alternativas para el estudio y sobre todo en la práctica de la comunicación organizacional, para ello se ha optado por utilizar la base teórica de Joan Costa, Jürgen Habermas. Paolo (2013) aplica la metodología cualitativa, mencionando tres casos de estudio en organizaciones del Gran Mendoza, estas son: Fundación Ecuménica de Cuyo, Fundación Favim y Asociación Civil Valos. El análisis reflejó que tanto las necesidades como las prácticas en comunicación se orientan a los saberes técnicos y al uso de las principales herramientas de la comunicación corporativa tradicional, tales como: publicidad, periodismo, comunicación institucional, tecnologías de la información, etc. Finalmente, concluye que la comunicación en las organizaciones sociales estudiadas en su trabajo, se presentan dos dimensiones o niveles. El primer nivel se circunscribe y forma parte del proyecto institucional global, mientras que el segundo nivel, representa a la comunicación que se establece en la esfera de las prácticas o del campo operativo.

Está claro que hoy en día las redes sociales han tomado un papel fundamental al momento de difundir información, tal como lo mencionan Carolina Gómez Serna, Evelyn Vanessa Henao Aldana e Ingrid Lemir González (2020) dentro de su escrito “uso de la red social Facebook entre estudiantes de la institución educativa Nuestra Señora Del Carmen (IENSEC) de La Dorada, como medio para informarse de la actualidad local y regional” en donde mencionan que es importante conocer el uso de la red social Facebook dentro de la unidad educativa, como un medio de comunicación y de esta manera informarse sobre hechos locales y regionales. Siendo esta plataforma una de las más utilizadas para difundir información y así los usuarios puedan mantenerse al tanto. Para ello citan a Manuel Castells, quien tiene su aparición dentro de escrito en donde se puede fundamentar la importancia de las nuevas tecnologías, de esta forma es como al momento de la investigación se opta por realizar un enfoque cualitativo pretendiendo formular encuestas y así obtener resultados.

Gómez, Henao, Lemir (2020) mencionan que la mayoría de los encuestados prefieren utilizarla red social para recibir información y de igual manera consideran que para ellos es demasiado útil seguir las diferentes páginas en donde se difunde la información, en conclusión la investigación realizada fue de suma importancia para apoyar dentro de la gestión de cómo se presentaría el contenido y que el mismo sea de interés para todos los usuarios de la red social Facebook.

De igual manera Betty Isabel Rodas y Ronald Álvarez en su artículo “influencia de la página de Facebook de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil, como medio de información para los estudiantes” (2016) expresan que el presentar un espacio de identidad y abastecimiento de noticias dentro de una sola comunidad y tiene como objetivo acceder a la información de manera oficial, basándose en la palabra mayor de autores como: Manuel Castells con sus escritos Internet y la Sociedad Red; La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Para desarrollar la investigación se procedió a desarrollar un análisis de carácter deductivo, conceptual. histórico, optando como instrumento principal la encuesta, lo cual provoca que sea un estudio pluriparadigmático. Rodas y Álvarez (2016) detalla que por medio de la investigación se analizó el impacto y contribución en el desarrollo académico de los estudiantes permitiendo la intencionalidad de crear contenidos que sirvan para difundir

y la información tenga una mejor interacción con los usuarios.

Es así que se puede decir que la red social Facebook es aceptada por diversos usuarios para recibir y manejar información como lo menciona Mónica Lisseth Villamagua Morales en su escrito “la comunicación institucional del GAD Morona Santiago a través de Facebook y la opinión pública de los habitantes del cantón morona, periodo junio-diciembre 2017” (2018) menciona que como principal característica de la investigación es el determinar la incidencia la Comunicación Institucional del GADP Morona Santiago a través de Facebook en la Opinión Pública en los habitantes del cantón Morona, periodo junio-diciembre 2017. Esto se lo logra con el aporte de autores tales como: Amusquivar, Archet, Segovia, & Venice, con su escrito el Facebook como herramienta de comunicación empleada por la universidad de Palermo.

## **1.2. Categorías Fundamentales**

### Comunicación Masiva

Los seres humanos por naturaleza son seres sociables, lo que quiere decir que siempre debe tener la presencia de otros seres para sentirse completo y es que la sociedad se cuenta constituida por la comunicación, ya que se le utiliza en todo ámbito y es por esa razón que la sociedad existe, ya que sin la comunicación no se pudiera establecer reglas y normas.

A pesar de todo ello los individuos han sido sujetos a consumir la mayor parte del tiempo en convivencia social, por la razón de que hoy en día existen diferentes maneras de comunicación que han permitido al ser humano estar en contacto con diferentes personas de todo el mundo.

Sin embargo, en la actualidad la comunicación ha tomado gran importancia pues existe una manera de comunicación la cual es la masiva Emelia Dominguez (2012), esta permite a las grandes masas estar en contacto con cualquier tipo de información, eso sucede porque esta clase de medios de comunicación masiva se han caracterizado por ser baratos y variados.

Es así como los medios de comunicación de masas han sido capaces de atraer la atención de la audiencia por medio de diferentes formas de llegar a ella como lo hace la propaganda, es así como en el escrito se plantea el conocer que es comunicación masiva, de qué manera influye en la información, cómo influye la información y cómo es utilizada la propaganda para diversos resultados en cada uno de los individuos. Con la finalidad de que se obtenga un conocimiento y entendimiento sobre el tema presentado sobre los medios de comunicación masiva y su papel fundamental dentro de la sociedad.

La comunicación masiva a lo largo del tiempo ha sido considerada como un proceso de difusión mismo que comprende conocimientos, valores espirituales, morales, entre otros, que han tomado fuerza con la ayuda de medios técnicos como son los medios de comunicación tradicionales. Los medios de comunicación masiva o también conocidos como Mass Media según Emelia Dominguez (2012) son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros (pág. 12).

Cabe recalcar, que los medios masivos suelen ser utilizados para realizar publicidad, mercadotecnia, propaganda y demás formas que conforman la comunicación. Dominguez (2012) dice que el objetivo principal en estos tiempos son reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando mensajes a toda una sociedad quienes son un público deseado.

Los medios masivos tienen por finalidad el informar, formar y entretener, dentro de ellos también existen diferentes tipos de finalidades, tal como lo menciona Dominguez (2012) dentro de la televisión, hay programas de entretenimiento, de noticias e información, culturales y educativos, y formativos para infantes de todas las edades (pág. 13). Es necesario decir, dentro de los mass media uno de los mejores métodos para que el mensaje llegue al público deseado es la propaganda, pues esta al utilizarla daba en el blanco Harold Laswell citado por Javier Álvarez (2012) hace referencia que la propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno (pág. 13). Es así, como se puede decir que mientras se empieza a reconocer la gran influencia

que tiene la propaganda en el entorno, más rápido tendrá resultados ya sea de manera individual o colectiva. De igual manera se puede hacer referencia a D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg cita por Álvarez (2012) quienes mencionan que:

se comienza a reconocer que los medios masivos alcanzan a individuos que tienen actitudes, prejuicios, creencias y predisposiciones anteriores –positivas o negativas– hacia las proposiciones y objetos tratados en los mensajes que influirán en la decodificación que las personas hagan de esas comunicaciones que reciben con posterioridad (pág. 13).

Por tanto, se puede decir que los mass media sirven para posicionar algo o a alguien, en el caso de marketing es utilizado para posicionar una marca, producto o servicio y que este permanezca en la mente de su consumidor y que mejor forma de hacerlo a través de una propaganda en los medios tradicionales. Esto tiene como finalidad el que se presente de forma forzada en el individuo ya sea en sentido de pertenencia, afinidad y fidelidad a lo que la marca promociona.

Y es que la tarea principal de los medios de comunicación masivos contribuye al desarrollo integral y pleno del individuo, en donde la propaganda toma su papel principal pues el mensaje llega al receptor a través de estos medios masivos, además de que por otros canales se puede dar una negación ante los mismos. Cabe destacar que la comunicación en masa suele reducir o incluso eliminar ciertas relaciones interpersonales dentro de proceso de la comunicación y en ocasiones tiene a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional es así como lo menciona Dominguez (2012) [...] personas de distintos estratos sociales, niveles culturales, diversas ocupaciones, intereses y modos de vida muy diferentes (pág. 13). De esta manera se puede decir que los medios de comunicación masiva van proporcionando diferentes modelos de conducta ya sea economía o de valores personales, mismos que fomentan el consumo de lo que se ha presentado en los medios. Como lo dicen D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg cita por Álvarez (2012) los medios de comunicación también nos brindan explicaciones sobre las causas y consecuencias relacionadas con las cuestiones destacadas en sus agendas (pág. 12).

Los medios de comunicación masiva se han convertido en un tema de importancia dentro de la vida cotidiana, porque la mayoría de personas se encuentran separados

por continentes y realizan diversas actividades es por esa razón que elegir una manera de comunicarse es muy variado hoy en día, esto quiere decir que todas las personas en el mundo tienen necesidades que en varias ocasiones son satisfechas por la comunicación masiva, lo cual permite compartir información con el resto del planeta y es que los medios de comunicación masivos se han convertido en una de las herramientas más importantes para lograr que solo el emisor se pueda comunicar de forma similar con los receptores al mismo tiempo.

De esta manera se puede concluir con que los medios de comunicación masiva han proporcionado con diferentes modelos de conductas de los seres humanos influyendo en gran medida en la conducta económica y sobre todo valores sociales, puesto que han sido motivo principal de diferentes conductas en los seres humanos, fomentando el consumo y la participación durante la vida.

Los medios de comunicación masiva deben ser utilizados para informar, educar, entretener con el afán de que sean utilizados en un bien común para todos los seres humanos, pues gracias a la implementación de estos medios masivos los métodos para llegar con los mensajes han sido efectivos, ya que se ha cumplido con el objetivo de llegar hasta el receptor.

Por ende, se puede decir que los mass media son medios que permiten posicionar algún producto, bien o servicio y de esta manera permanezca en la mente de quien ha observado o escuchado sobre el mismo, con el fin de que se convierta en la primera opción del individuo.

### Difusión

La difusión es la acción y el efecto de la infección (difusa, diseminada o diseminada). El término proviene de la palabra latina diffusio, que se refiere a la comunicación masiva de un mensaje, porque la difusión de información se refiere a los procesos de transmisión de información (Cantillo, Palmera , & Romàn, 2015).

Sin embargo, cada centro de documentación recopila y procesa información con el objetivo de publicarla y darla a conocer, siempre y cuando la información sea recibida



y aceptada de manera correcta entre la sociedad o individuo, jugando un papel importante en los medios de comunicación, por la razón de que los periodistas son quienes deben difundir la información y son ellos los encargados de que el receptor escuche el mensaje, tras una recolección de datos.

Con ello también conocer el porque es fundamental difundir la información de manera correcta y oportuna con el objetivo de capitalizar las oportunidades de ventas, en el caso de marketing, aumentar la eficiencia operativa y minimizar el impacto de las interrupciones.

En el presente ensayo se trata de explicar que es la difusión de la información, con el fin de que se obtenga un mejor conocimiento, por la razón de que se explica el concepto y de qué manera se clasifica, ya que es importante señalar que no existe un único método de entrega, sino muchos tipos diferentes de productos y servicios que son capaces de transmitir información a los usuarios, con el fin de organizarse y distinguir entre las dos formas de exportación. La difusión de información: la publicación bajo demanda y la publicación de documentos.

El proceso por el cual se da la información que se necesita o se le da oportunidad de obtenerla, va en el sentido amplio, en donde se incluye todos los métodos de transmisión de un documento o referencia informativa: desde la comunicación oral sobre una referencia específica, hasta el libre acceso a una parte del grupo a la que se refiere el usuario, hasta la publicación de periódicos bibliográficos.

Según la página web PIARC (2016) la difusión correcta y oportuna de la información es esencial para el aprovechamiento de las oportunidades de ventas, para maximizar la eficiencia operativa y para reducir al mínimo los efectos de una interrupción (y su costo asociado), quiere decir que para lograr un correcto proceso de difusión es que se vaya aprovechando cada una de las oportunidades que se encuentre al hacerlo con el propósito de difundirla y darla a conocer.

Es importante mencionar que no existe un único método de entrega, sino que existen diferentes tipos de productos y servicios que son capaces de transmitir información a

los usuarios, para de esta manera organizarse y distinguir dos formas básicas de publicación: la publicación bajo demanda y la publicación de documentos.

Para Gina Cantillo, Rosa Palmera & Iveth Romàn (2015) la publicación bajo demanda se trata de una difusión pasiva. La iniciativa parte del usuario que necesita información. Se realiza cuando el usuario se dirige al centro con el objeto de solicitar una información concreta. El documentalista interroga al sistema y recupera la información solicitada, es decir que dentro de todo esto se puede encontrar los documentos de investigación que dan respuesta a cierta información generada por los usuarios. Se puede hacer en base a documentos creados. Por otra parte está la publicación de documentos que según Cantillo, Palmera & Romàn (2015)

es una difusión activa. Es aquella que implica iniciativa por parte del centro ofreciéndole, a los usuarios, productos documentales que juzga útiles, según el análisis que se haya hecho de sus necesidades, o señalándole sus problemas de información y ayudándole a resolverlos.

Esto con el afán, de que al momento de investigar los usuarios puedan averiguar qué tipo de información necesitan, juntos o en grupos, y de esta manera investigar el sistema de entrega más adecuado para cada necesidad. Dentro del ámbito de la publicación de material, podemos distinguir entre publicación de material primario, publicación de material secundario o de referencia y difusión selectiva de información, mencionado por Cantillo, Palmera & Romàn (2015).

Dentro de la difusión se puede decir que el periodista juega un papel importante por la razón de que los periodistas y profesionales de las redes sociales son profesionales elegidos por empresas y organizaciones para hacer el trabajo de publicitar sus productos, servicios, actividades y más. Los medios de comunicación de masas, como la televisión, la radio, la prensa escrita o Internet, son los canales utilizados para distribuir contenidos de masas, haciendo referencia a Julián Pérez Porto y Ana Gardey (2010).

Es importante tomar en cuenta que al momento de difundir información quien es la persona receptora es responsable de difundir al público de acuerdo con el calendario

de publicación, dentro de una organización. Este compromiso incluye un compromiso importante porque el proceso incluye la identificación de indicadores clave que deben realizarse a intervalos regulares. Puede satisfacer las necesidades de informes nacionales, regionales e internacionales.

Cabe recalcar que el desarrollo de un plan de difusión de datos requiere la participación tanto de los objetivos principales como de las personas clave del sistema estadístico involucradas en el proceso.

En el presente ensayo se concluye que el desarrollo de un plan de difusión de datos requiere la participación tanto de los objetivos clave como de las personas y clave del sistema estadístico involucradas en el proceso.

Además de conocer que la difusión de información, sirve para conocer mejor y de esa manera clasificarlo, ya que no existe un único método de distribución, existen diferentes tipos de difusión de información para lo cual es necesario que el campo de radiodifusión, pueda ser importante, ya que los medios de comunicación de masas, como la televisión, la radio, la prensa escrita o Internet, son canales utilizados para difundir contenidos.

### Gestión

Hoy en día se ha tomado en cuenta cómo se va a llevar a cabo el asumir las responsabilidades corporativas en donde la gestión es la principal, por el cual el proceso tiene que ver con los recursos y estructurales, de esta manera coordinar actividades, mismas que permitan un vínculo sólido para un mejor desempeño de la empresa o corporación.

La gestión corporativa en la actualidad ha tomado fuerza dentro de las empresa y de esta manera crear valor y ser cada vez más competitivos, cabe mencionar que es necesario contar con una imagen corporativa fuerte que permita asociaciones favorables y que al mismo tiempo sea decisiva al momento de realizar una compra, es fundamental decir que la imagen corporativa es el conjunto de creencias, actitudes y

percepciones que los clientes externos tienen sobre una empresa o una marca, y determina cómo esa audiencia interpreta todas las señales de productos, servicios y comunicaciones de la marca.

En el presente escrito se considera la gestión de la imagen corporativa como una estrategia de sostenibilidad en una comercializadora de combustibles y de esta manera se extraen conclusiones de las principales necesidades del sector empresarial como base para gestionar la imagen de la empresa como estrategia para lograr la sostenibilidad, con el afán de enfocar todas las acciones de la empresa en potenciar la imagen de marca brindando un producto diferenciador que ofrezca experiencias inolvidables para poner en la mente, y esto fidelice a los clientes y consumidores.

La gestión es conocida por tener una serie de tareas que se realizan con un fin planteado y es que por lo general se encuentra relacionada con lo corporativo, ya sea con acciones que desarrolla la institución o empresa con el afán de alcanzar un solo objetivo. Cabe destacar que al realizarlo se utiliza diferentes estrategias mismas que centren una sola actividad que involucre la actitud o conducta del ser humano, según Huergo citado por Carlos Cortés (2019) la palabra gestión, cuya raíz es el verbo latino gerere, que significa hacer. Gerente y gerencia vienen de la misma raíz y se conectan con otros verbos como administrar, gobernar, dirigir y regular (pág. 1).

Esto quiere decir, la gestión siempre ha sido uno de los métodos por los cuales se puede dar un espacio para hacer y lograr grandes resultados, de esta manera la lógica de la gestión estratégica es fundamental, con el afán de que ya sea el emprendimiento o empresa generen un buen proyecto.

La gestión puede encontrarse en diferentes ámbitos como en lo institucional u/o corporativo en donde su marco de referencia es orientar la planeación, la programación, el uso, la transparencia, la evaluación y la rendición de cuentas de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales en el quehacer institucional, eso según lo que dice la Universidad de Colima (2020).

Una de las características fundamentales de la gestión corporativa es que el director de

la empresa es el responsable de asignar y administrar los recursos de la empresa. Estos recursos pueden incluir personas, tecnología y equipos. Los líderes empresariales que pueden administrar los recursos de manera efectiva pueden reducir el tiempo de inactividad de la producción, mejorar la productividad y, en última instancia, mejorar la rentabilidad. Minimizar el impacto de los recursos escasos y aprovechar al máximo los recursos disponibles es una de las necesidades más urgentes de los líderes empresariales, eso según lo menciona Laura Acevedo (2018).

Cabe mencionar que dentro de la gestión corporativa es fundamental la instigación y es que según Cortés (2019) en la actualidad deberíamos estar en mejor posición para investigar nuestro hacer y apoyarlo desde el propio proceso académico y de enseñanza-aprendizaje a partir de una constatación de fondo: la comunicación no es un simple conducto neutral para transmitir información [...]. Es decir, la investigación es parte primordial, ya que gracias a ello se puede llevar a cabo un proyecto idóneo y es que la herramienta de la gestión corporativa va desde la comunicación interna y externa, utilizando una manera más eficaz y eficiente para crear una base adecuada.

Incluyendo a todo esto se puede mencionar la gestión de la imagen corporativa, ya que es una de las estrategias que más necesita de una planeación, para Galdames (2012) citado por Emma Verónica Ramos Farroñán & Nicolás Valle Palomino (2020) mencionan:

la gestión de la imagen corporativa corresponde al proceso dinámico y multifacético de crear una imagen de la empresa que influya sobre la competitividad y el éxito de la misma ya que de ello depende la decisión de iniciar o continuar una relación (laboral, comercial, financiera, etc.).

Por tanto, el realizar una buena gestión hace que generen confianza, el diferenciarse y liderar el mercado, potenciando la identificación de los clientes internos y externos con la empresa, propiciando la aceptación y apreciación de los productos y/o servicios, y fomentando la relación a largo plazo con clientes, socios, bancos, industria, etc.

Para concluir se puede decir que la imagen corporativa hoy en día es el resultado de combinar lo físico y lo inmaterial del producto y concepto con la percepción y

experiencia del cliente, y se construye con la experiencia, pensamientos e ideas de cada cliente. Y el efecto que tiene en su vida, es una proyección de todo lo anterior junto con el producto, servicio o idea que está tratando de vender.

Se toman cuatro dimensiones en función de la herramienta utilizada, entre las que destacan las imágenes estratégicas, las imágenes empresariales, las imágenes emocionales y las imágenes sociales. Y es que a través de la gestión corporativa se sabe si la junta directiva tiene una serie de tareas que se realizan con un propósito específico y muchas veces están relacionadas con el trabajo, con acciones que realiza la organización o empresa con el afán de lograr un fin únicamente. Finalmente se puede decir que la gestión definitivamente es una de las estrategias más utilizadas en el mundo corporativo, en el cual las acciones que se desarrollan se relacionan con alcanzar cualquier objetivo ya sea de ventas o de ganancias.

### Información

En la actualidad el término información ha estado muy presente por la razón de que se ha convertido en un concepto central de la gestión de bibliotecas y otras disciplinas relacionadas. El cual tiene como significado correcto de una palabra va dependiendo necesariamente del contexto cognitivo en el que se utiliza. La información es un fenómeno que da sentido o sentido a las cosas, en general, la información es un conjunto organizado de datos procesados, formando un mensaje sobre una determinada entidad o fenómeno.

Los datos son percibidos, integrados y la información necesaria para crear el conocimiento que finalmente permita tomar decisiones para acciones cotidianas que aseguren la supervivencia. Cabe mencionar que con su carácter teórico y multiplicidad de significados se ha ido multiplicado los sentidos en que se utilizan, como es el caso de la teoría de la información, la sociedad red, la sociedad del conocimiento, la teoría de sistemas, la teoría cognitiva de la mente.

El presente ensayo pretende analizar la información y como ha ido tomando más fuerza para generar diversos cambios en la sociedad, además de dar respuesta al porque se

debe dar una información verídica, es que, a partir de ella, se puede resolver problemas, tomar decisiones o decidir qué alternativa, entre un conjunto de ellas, se adapta mejor a las necesidades, ya que el uso de la información, en este sentido, es la razón de ser del conocimiento.

La información se encuentra compuesta por un conjunto de datos estructurados y coordinados, mismo que son utilizados para crear un mensaje basado en un fenómeno o entidad en particular. Es necesario mencionar que la información permite la resolución de problemas y la toma de decisiones, pues su uso adecuado es la base del conocimiento, así como Jaime Ríos Ortega (2014) menciona:

la palabra información es un vocablo imprescindible en prácticamente todo tipo de contexto situacional o disciplinario. En el uso cotidiano es un hecho que el término es polisémico, o bien asume funciones de sinónimo de modo indiscriminado. Sin embargo, este nivel de léxico indiferenciado es el que se debe rebasar.

Es necesario mencionar que existe otra perspectiva diferente en donde la información es utilizada como un recurso, en donde da sentido o sentido a la realidad, pues es a través de símbolos y conjuntos de datos que se generan patrones de pensamiento humano, esto lo mencionan Julián Pérez Porto y Ana Gardey a través del portal Definicion.de (2021).

Es decir, que la información incluso es la manera más propicia de obtener datos confiables y eso se lo logra con una buena investigación que permita dar a conocimiento, hoy en día la información se la puede encontrar en cualquier lugar, sobre todo por el uso de la internet.

En la actualidad la información se ha convertido en un acceso fácil de encontrar, en especial en momentos de emergencia, según La ONU “Organización de las Naciones Unidas” (2020) [...] el acceso a la información es de importancia crítica, las restricciones amplias sobre el acceso a Internet no pueden justificarse por orden público o por razones de seguridad nacional [...]. Esto quiere decir que la información cada vez es más alcanzable para cualquiera y en muchas ocasiones el que lo obtengan

con tanta facilidad produce que se difunda una información falsa.

Sin embargo, existen diferentes tipos de maneras para que se comuniquen y es que se va transmitiendo información, aquí una diferencia para los humanos, misma que radica en la capacidad humana de sintetizar símbolos y símbolos complejos significativos, para formar un lenguaje común para la coexistencia en sociedad.

Los datos que se encuentran al recabar la información son de suma importancia, pues como lo mencionan Pérez Porto y Ana Gardey (2021)

los datos son percibidos a través de los sentidos y, una vez que se integran, terminan por generar la información que se necesita para producir el conocimiento. Se considera que la sabiduría es la habilidad para juzgar de modo adecuado cuándo, cómo, dónde y con qué objetivo se emplea el conocimiento adquirido.

Es decir, que cuando la información obtiene todos los datos se puede generar un vínculo más profundo, pues a través de ella se genera una necesidad de producir conocimientos en quienes obtienen estos datos e información.

Obtener de manera verídica la información es de suma importancia pues debe estar relacionado con las funciones de la organización, además debe ser relevante para su descripción siendo realista y creíble en términos de forma, y en cuanto a la obtención de datos estos deben ser recogidos de manera correcta y a su vez medir continuamente la realidad de la organización, para no despertar sospechas o contradicciones Elisa Sánchez Godínez & Lorena Zúñiga Segura (2011).

Con ello se puede decir que la información obtenida se puede reflejar si la situación es real dentro de alguna organización con el afán de conocer si esta corre el riesgo de recibir decisiones y de esta manera tener el control estricto de la información generada, la cual en un lapso de tiempo será utilizada.

Se puede concluir que la generación de información y a recolección permite aumentar el conocimiento del usuario y de esta manera proporcionar a los tomadores de



decisiones las materias primas necesarias para desarrollar soluciones y opciones.

Es necesario mencionar que la información también deberá poseer vigencia, pues de nada sirve informarse sobre el estado del tiempo del día anterior para decidir si llevar paraguas o no. Y, finalmente, la información deberá ser confiable, pues en la medida en que lo sea se dispondrán una serie de acciones para confirmarla.

### Institucional

Aunque el término institución tiene una larga historia en las ciencias sociales, no existe consenso sobre su definición. Este escrito sugiere conocer el que es una institución misma que se considera como una de las organizaciones más fundamentales dentro de una sociedad, misma que ha sido creada o establecida para realizar una función de interés público.

Dentro de estas organizaciones existen principales grupos que organizan la vida social y cualquier organización pública, corporación u otra entidad privada creada para realizar algún acto económico, político, social, educativo o cultural.

Además de que en el presente ensayo se pretende dar a conocer el objetivo y función fundamental, ya que es muy importante hacer una reflexión en la perspectiva de la teoría institucionalista, que plantea el grado de institucionalidad como un conjunto de reglas que organizan las interacciones económicas, sociales y políticas entre los individuos, los grupos sociales y el estado, caben en esta órbita las políticas públicas, las distintas modalidades de asociatividad de la sociedad civil y, en general, las diversas formas de regulación de la conducta de los individuos.

Finalmente, el ir detallando los diferentes tipos de instituciones que han sido relevantes con el afán de conocer más sobre cada una de ellas, además de tener un panorama amplio sobre el tema de las instituciones.

Las instituciones son una forma de organización, la cuales pueden ser de tipo privada o pública que cumple cierta función con la sociedad y de esta manera obedece a las

normas y contiene una estructura de roles en donde sus miembros deben respetar para cumplir la misión, como lo explica Geoffrey M. Hodgson (2011) Las instituciones son el tipo de estructuras que más importan en la esfera social: ellas constituyen el tejido de la vida social. El creciente reconocimiento del papel de las instituciones en la vida social implica advertir que gran parte de la interacción y de la actividad humana está estructurada en términos de reglas explícitas o implícitas (pág. 22).

Es necesario mencionar que existen instituciones informales, en este caso se menciona a aquellas instituciones conocidas como naturales, que según el portal Significados.com (2016) son asociaciones formadas a partir de su propia dinámica, en la que cada miembro desempeña un papel diferente y todas se rigen por reglas derivadas de la costumbre y de la naturaleza de las propias organizaciones. La relación entre las personas.

Es de esta manera se puede decir que las instituciones van cumpliendo sus roles según la importancia que tengan, porque son fundamentales para la existencia de confianza en la sociedad, por tanto, se consideran restricciones o limitaciones creadas por el hombre, ya que la estructura de las interacciones políticas, económicas y sociales se han construido sobre la confianza. Como lo menciona Geoffrey M. Hodgson (2011)

las instituciones como sistemas de reglas socialmente inmersos, es obvio que las organizaciones son un tipo especial de institución, con características adicionales. Las organizaciones son instituciones especiales que cuentan con: (a) criterios para establecer sus límites y para distinguir a sus miembros de los no miembros, (b) principios de soberanía para determinar quién está a cargo, y (c) cadenas de órdenes que definen las responsabilidades dentro de la organización (pág. 31).

Esto quiere decir que las funciones principales de cualquier institución es el establecer criterios a quienes forman parte de ella y a quienes no, además de que se deben regir a las órdenes y defender las responsabilidades que tienen dentro de la misma, es así como se dará el propósito de sección, la cual es para indicar algunas de las dificultades en el enfoque y mantengo; es por esta al son de su significado.

Una vez señalado la importancia que tienen las instituciones es oportuna mencionar los tipos de instituciones que se puede encontrar, entre ella están las instituciones políticas, académicas, legislativas, etc.

La institución jurídica es una de las más reconocida pues su principal función es encargarse de adjudicar las relaciones entre los sujetos en caso de litigio entre las partes, pues dentro de ella se evidencia ciertas conductas que son reguladas por la ley, y son la base de la convivencia que se da de acuerdo a determinados estilos de vida. Estos comportamientos, que son la base para el desarrollo de la convivencia, se denominan instituciones, por ejemplo: matrimonio, familia, contrato, propiedad, esto según el portal digital Significados.com (2016).

La institución legislativa, es aquella que se caracteriza por tener el poder de promulgar leyes y reglamentos que ayuden a garantizar el orden social y el cumplimiento de la ley, ya sea en un reglamento, código, o una constitución, por otra parte, se puede encontrar a la institución académica y científica que son organizaciones orientadas a la educación y construcción de conocimiento, ya sea de nivel inicial, intermedio o superior; La institución política se caracterizan por estar relacionados con la comunidad política, por la razón de que regulan la estructura y órganos de gobierno del Estado, expresado por el portal Significados.com (2016).

Según Significados.com (2016) Las instituciones económicas son aquellas que regulan las relaciones económicas entre los diferentes actores sociales, estén normalizadas o no: los comercios, las sociedades, las corporaciones, etc, es decir que estas están relacionas directamente con la sociedad jugando el papel de actores sociales con el objetivo de que se genere una economía dentro de un bien o servicio, mientras que las instituciones financieras son aquellas instituciones que controlan el sistema bancario de una determinada región, país o comunidad internacional, con potestad para administrar los recursos de los ahorristas y otorgar préstamos para la inversión, pues aquí lo que resalta es que cualquier individuo puede financiar su negocio a través de bancos, cooperativas, entre otros.

En resumen, se puede decir que todos los tipos de instituciones han marcado un antes

y un después, lo cual ha permitido establecer acciones, comportamientos y normas, pues las instituciones son sistemas de normas sociales establecidas o asociadas con ellas, permitiendo organizar interacciones sociales.

### **1.3.Objetivos:**

#### ➤ **General**

Determinar cómo es la percepción sobre la comunicación institucional y la información oficial que se difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo.

#### ➤ **Específico**

- Diagnosticar la percepción sobre la comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo.
- Analizar la información oficial que difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo.
- Relacionar la percepción de la comunicación institucional con la información oficial a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo.

### **Descripción**

Para desarrollar este objetivo se utilizaron métodos como son: análisis de contenido, diagnóstico e identificación, en el cual se determina la percepción de la comunicación institucional y la información oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo, en base a dos publicaciones emitidas en la fan page del GAD Municipal de Pelileo.

Para el progreso se realizó el análisis correspondiente a través de la cuantificación de varios comentarios, en donde se determinó si los usuarios están de acuerdo o no.

Después de haber establecido los resultados generales de cada una de las publicaciones referenciadas, se prosiguió con el diagnóstico para conocer si existe una buena y positiva percepción de los usuarios y seguidores de la fan page.

## **CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA.**

### **2.1. Métodos**

La metodología que se utilizó en la presente investigación es el Análisis de contenido, en el cual según Bernard Berelson (1952) “es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”, es decir, la investigación se convierte en válida siempre y cuando esta cumpla con la identificación sistemática y objetiva, como lo menciona Ole Holsti (1969) "cualquier técnica de investigación que sirva para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas dentro de un texto".

Este estudio se basó en un enfoque cuantitativo, mismo que para Sampieri (2014) es utilizado para la recopilación y el análisis de datos, con el afán, de responder preguntas de investigación y probar las hipótesis con base en mediciones numéricas y análisis estadístico, con el fin de establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

De esta manera se planteó la siguiente pregunta: ¿Cómo es la percepción sobre la comunicación institucional y la información oficial que se difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo?, misma que se dará respuesta con la obtención de los resultados.

Es así que en el presente capítulo se abordaron aspectos relacionados con el marco metodológico que se desarrollará durante encuestas y de esta manera obtener efectos de su propia interpretación.

Se identificó en dos publicaciones relacionadas al tema de obras, el primer post fue del 28 de abril de 2022 (ver anexo 1) y el segundo del 23 de diciembre de 2021 (ver anexo 2) publicados por la fan page “GAD Municipal de Pelileo”, en donde se muestra cada una de las noticias seleccionadas y tienen el afán de informar sobre las actividades realizadas por la institución a la ciudadanía pelileña.

Se optó por elegir estas dos publicaciones, por razón de que han sido las más comentadas, reaccionadas y compartidas durante los últimos seis meses, lo cual

permitió la obtención de lo solicitado para la indagación.

Durante la investigación, se requirió conocer los hechos, así como comprender la posición de los comentarios en las noticias que se cree que son objeto de esta investigación.

El proceso de investigación que se llevó a cabo fue el análisis de contenido, estudiando cada reacción y comentarios de los usuarios expresado en las noticias publicadas en Facebook por la fan page GAD Municipal de Pelileo.

Este proceso no solo dependió de la recolección de datos, sino también de un estudio de los comentarios observados en la publicación con el objetivo de tabular cada uno, permitiendo obtener los resultados deseados.

Una alternativa importante a la recopilación de información fue codificar las reacciones que facilita la red social Facebook para identificar cómo se siente el usuario ante la publicación, además conocer los comentarios y las respuestas de los usuarios acorde a la pregunta de investigación y los objetivos establecidos.

En este caso los códigos elaborados para el análisis de contenido fueron:

#### Matriz de contenido

PUBLICACIONES	REACCIONES						
	 ME GUSTA	 ME ENCANTA	 ME IMPORTA	 ME DIVIERTE	 ME ASOMBRA	 ME ENTRISTECE	 ME ENOJA
<b>PUBLICACIÓN 1</b> 							
<b>PUBLICACIÓN 2</b> 							

*Gráfico 1. Matriz de contenido  
Elaborado por: Karina Sánchez*

#### Comentarios

- De acuerdo

- Desacuerdo
- Indignación
- Insulto
- Rechazo
- Sugerencia

Según los códigos proporcionados, se realizó el análisis de esta manera para así obtener el resultado final, con el fin de llegar a un estudio en profundidad de los datos y la información. Además, se utilizó el aporte de un enfoque cualitativo, en donde Sampieri (2014) menciona que este enfoque utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación.

Dentro de ellos se realizó una entrevista semi - estructurada, la cual según María J. Mayan (2001) “se usa cuando el investigador sabe algo acerca del área de interés, por ejemplo, desde la revisión de la literatura, pero no lo suficiente como para responder las preguntas que se ha formulado” es decir, que la entrevista está realizada con una lista de áreas generales, por ende, el entrevistador decide de qué manera va a enunciar las preguntas y cómo las va a formular, pues esta guía sirve para recordar que se debe hacer preguntas sobre temas específicos.

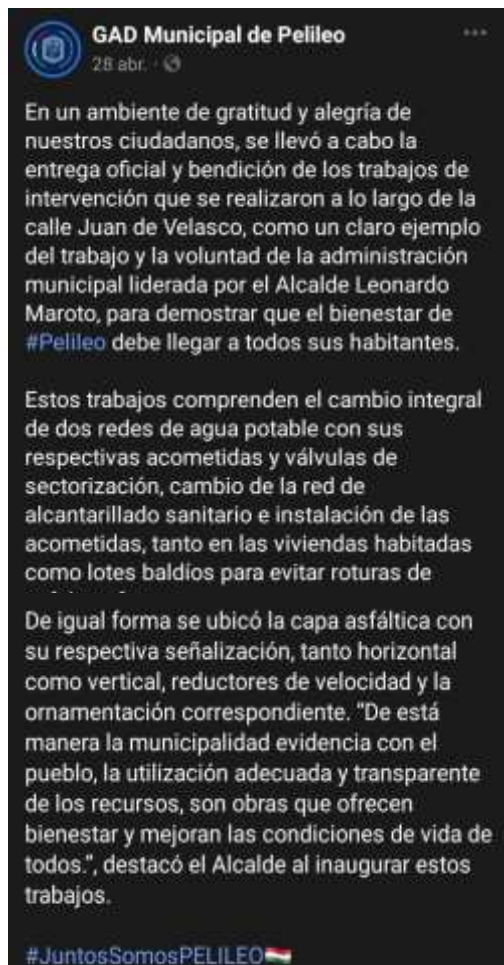
Es así como se optó por realizar la entrevista semi - estructurada (ver anexo 3) a los informantes clave, quienes están dentro de la institución en el área de comunicación y son quienes publican cada día la información oficial a través de la fan page Gad Municipal de Pelileo.

## CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis y discusión de los resultados.

El análisis de resultados y discusión de la percepción de la comunicación institucional y la información oficial que se difunde a través de la red social Facebook es de gran importancia, por lo que a continuación se detallan los resultados obtenidos al analizar el contenido de dos publicaciones informativas sobre obras realizadas y publicadas en la fan page de Facebook del GAD Municipal de Pelileo, con referencia a la opinión pública se presentan de la siguiente manera:

- Análisis de la Publicación 1



*Gráfico 2. Post 1 de la fan page GAD Municipal de Pelileo*

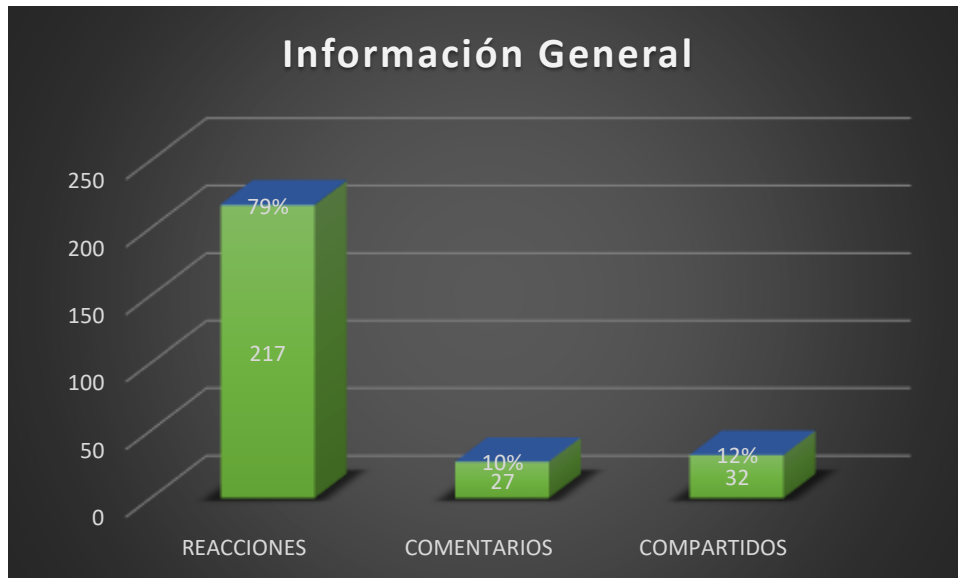
**Fuente:** GAD Municipal de Pelileo

**Enlace:** [https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=350004683828087&id=100064556747439](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=350004683828087&id=100064556747439)



Reacciones	217
Comentarios	27
Compartidos	32
Total	276

**Tabla 1.** Datos Generales de la publicación1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez



**Gráfico 3.** Información general de la publicación 1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

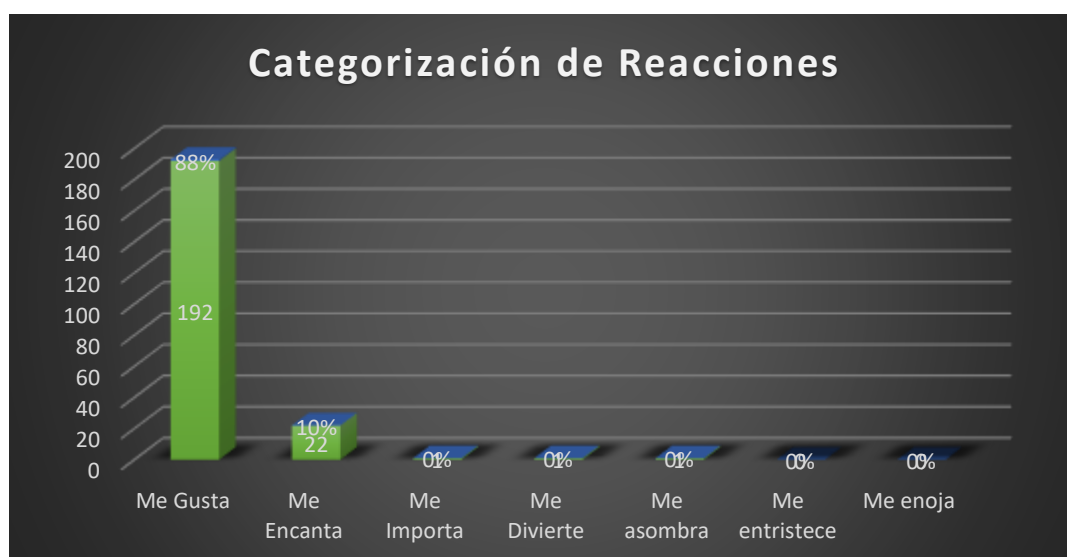
La noticia que se publicó el 28 de abril de 2022 en la fan page del GAD Municipal de Pelileo, generó el total de 273 interacciones las cuales se catalogan en reacciones con un total de: 217 que representa el 79%, mientras que en los comentarios se obtiene el total de: 27 con el 10% y finalmente las veces compartidas con un total de: 32, es decir el 12%. El análisis de contenido realizado en esta primera publicación de la fan page antes mencionada, se basó en si la ciudadanía está en acuerdo o desacuerdo con la información recibida.

Por ende, al analizar la información general se observó que diferentes usuarios participan por medio de las reacciones, puesto que en su minoría evitan comentar sobre la información presentada, sin embargo, existen usuarios que consideran importante que más personas conozcan sobre dicha información a través de la red social. Con respecto a la interacción por medio de reacciones se prosiguió a ejecutar la siguiente

clasificación de información:

Me Gusta	192
Me Encanta	22
Me Importa	1
Me Divierte	1
Me asombra	1
Me entristece	0
Me enoja	0
Total	217

**Tabla 2.** Clasificación de reacciones de la publicación 1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez



**Gráfico 4.** Clasificación de reacciones de la publicación1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

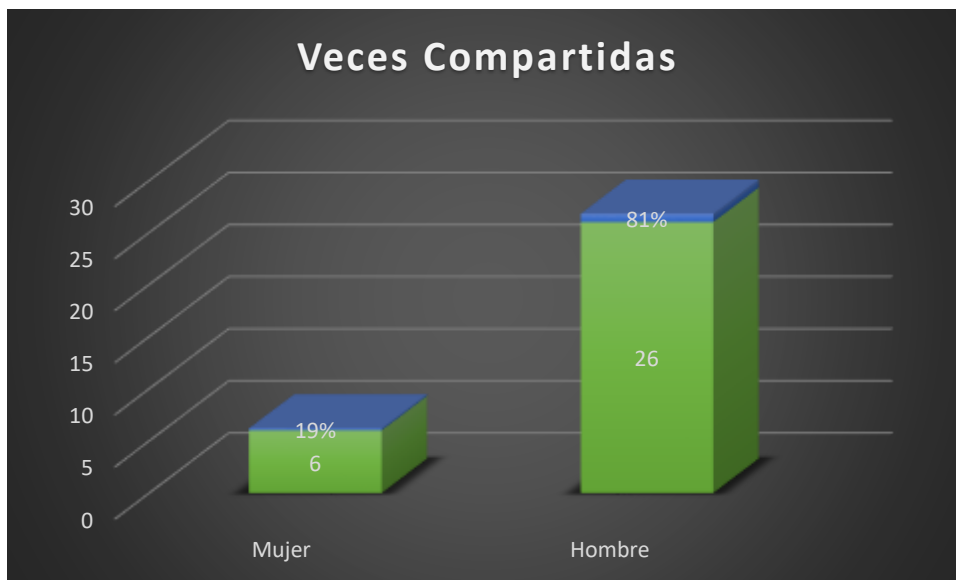
En el gráfico 2 se pudo observar que de un total de 217 reacciones el 192 que representa el 88 % demostrando que en su mayoría colocaron “me gusta” en la publicación, “me encanta” con un total de 22 que es el 10 % mientras que, en las demás reacciones se obtiene de 1 a 0 arrojando el porcentaje de 0.

Esto quiere decir que la mayoría de usuarios prefieren reaccionar con “me gusta” o “me encanta”, pues son quienes apoyan y quienes se informan a través de la fan page,

por tanto, se afirma que la ciudadanía recibe información de las actividades realizadas por la Municipalidad.

Mujer	6
Hombre	26
Total	32

**Tabla 3.** Veces compartidas de la publicación 1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez



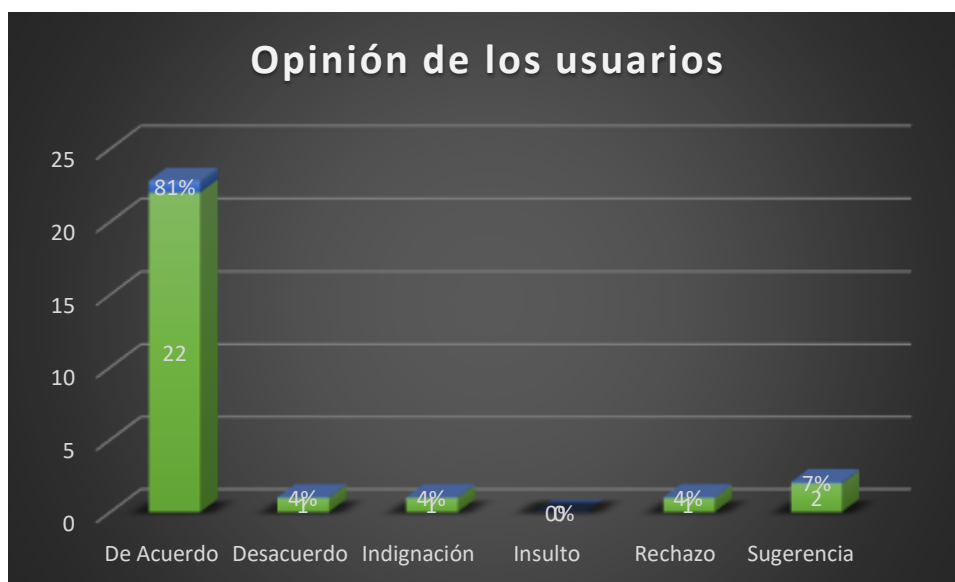
**Gráfico 5.** Veces que compartieron la publicación 1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

De un total de 32 de usuarios que compartieron la publicación, se determinó que 6 mujeres y 26 hombres compartieron la misma en sus perfiles personales. Los datos mostraron que existe una presencia desequilibrada en cuanto a la participación según el sexo. Se evidenció una mayor interacción masculina con la publicación 1 en relación a sus pares femeninas en la fan page del GAD Municipal de Pelileo.

De Acuerdo	22
Desacuerdo	1

Indignación	1
Insulto	0
Rechazo	1
Sugerencia	2
Total	27

**Tabla 4.** Comentarios de los usuarios en la publicación 1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

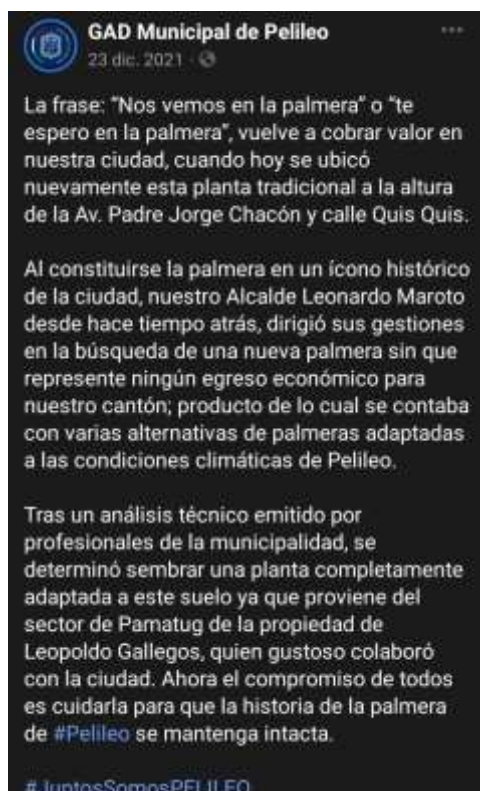


**Gráfico 6.** Opinión de los usuarios efectuados en la publicación 1  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

De 27 comentarios que se reflejaron en la publicación, se evidenció que el 81 % de los usuarios de la plataforma indicaron que están de acuerdo con la obra realizada, por otra parte, con el 4 % manifestaron que están en desacuerdo y sienten indignación, mientras que con el 7% señalaron que tienen sugerencias sobre la actividad publicada. Por consiguiente, se define que la gran mayoría de los usuarios están a favor de lo expuesto en la publicación, es así como se presentan comentarios positivos y negativos de la ciudadanía y se presentan a continuación:

- “Excelente Trabajo 🙌🙌🙌” Willian Marcelo Buenaño Lopez
- “Un buen trabajo estimado ING Leonardo Maroto siga así siempre..Un fuerte abrazo” Dianys Aman

- *“Bendiciones Sr Alcalde y siga con sus proyectos éxitos”* Sandra Ramos
- *“Felicitaciones señor alcalde por su gestión”* Ruth Llerena Paredes
- *“Excelente obra sr Alcalde felicitaciones 🙌🙌”* Víctor Rodríguez
- *“Muchas gracias y bendiciones sr Alcalde y exitos en su gobierno”* Cory Jarrin
- *“Felicitaciones sr. Alcalde”* Elizabeth Vaca
- *“Éxitos y siga adelante alcalde ....ahora la gente de ahí a cuidar de esos arbolitos esas personas que salieron en defensa de la naturaleza a cuidarlos para que no sea víctimas de robo de aquello árboles que adornan la nueva vía amplia y con señales de tránsito adecuado para el buen uso de sus conductores y peatones”* Jessy Naranjo
- *“Las veredas porfavor parece rompe cavezas da pena viendo eso”* Juancho Tamayo
- *“No veo un solo concejal pero se lo felisita”* Ney Morales
- Análisis de la Publicación 2



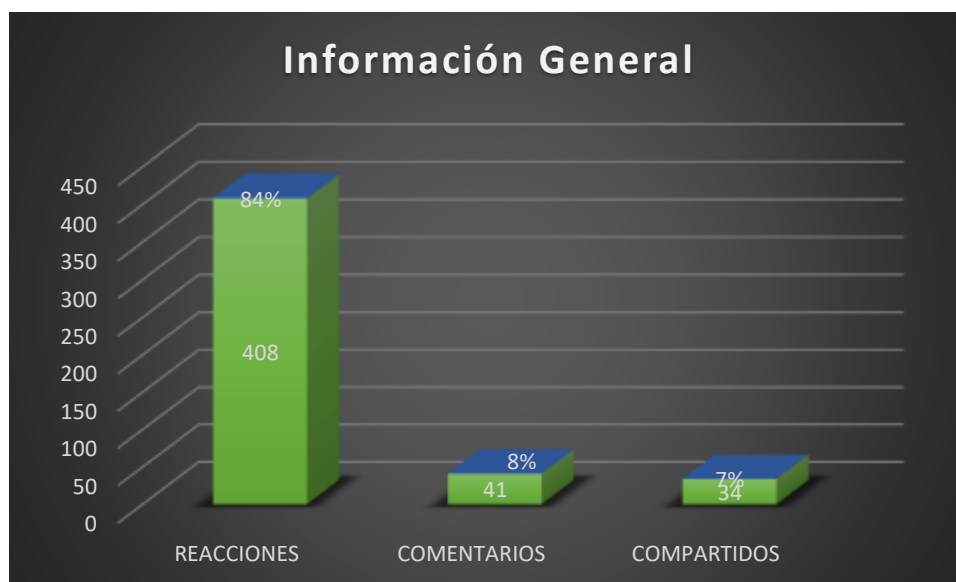
**Gráfico 7.** Post 2 de la fan page GAD Municipal de Pelileo

**Fuente:** Gad Municipal de Pelileo

**Enlace:** [https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=272068288288394&id=100064556747439](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=272068288288394&id=100064556747439)

Reacciones	408
Comentarios	41
Compartidos	34
Total	483

**Tabla 5.** Información General de la publicación 2  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez



**Gráfico 8.** Información General de la publicación 2  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

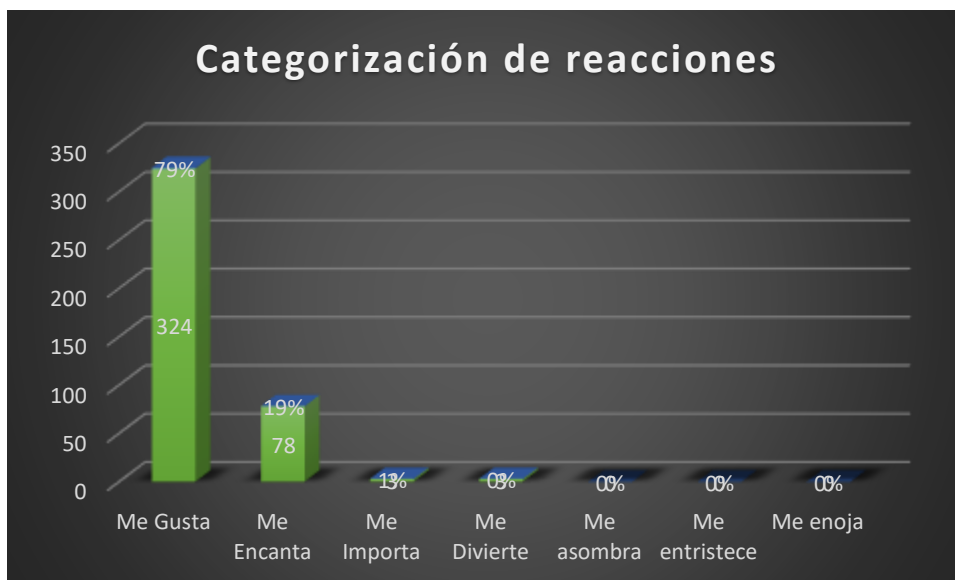
En la segunda noticia publicada el 23 de diciembre de 2021 en la fan page del GAD Municipal de Pelileo, se realizó el análisis respectivo el cual arroja un total de interacciones de 483, que se clasifican de la siguiente manera: reacciones 408 representando el 84%, los comentarios de 41 usuarios que es el 8% y finalmente las veces compartidas con un total de 34, es decir, el 12%. Con el análisis de contenido se observó que los usuarios prefieren reaccionar ante la publicación pues es de fácil acceso, además da a conocer que la mayoría de los beneficiarios estuvieron de acuerdo o en desacuerdo con lo realizado dentro del cantón.

Cabe destacar, que el resultado mayor seguido de las reacciones fueron los comentarios lo cual permitió que las personas interactúen con la publicación y den su punto de vista, mientras que otros usuarios prefirieron compartir la información. Para mayor conocimiento las personas que han reaccionado ante la información publicada

se obtuvo los siguientes resultados:

Me Gusta	324
Me Encanta	78
Me Importa	3
Me Divierte	3
Me asombra	0
Me entristece	0
Me enoja	0
Total	408

**Tabla 6.** Reacciones de la publicación 2  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez



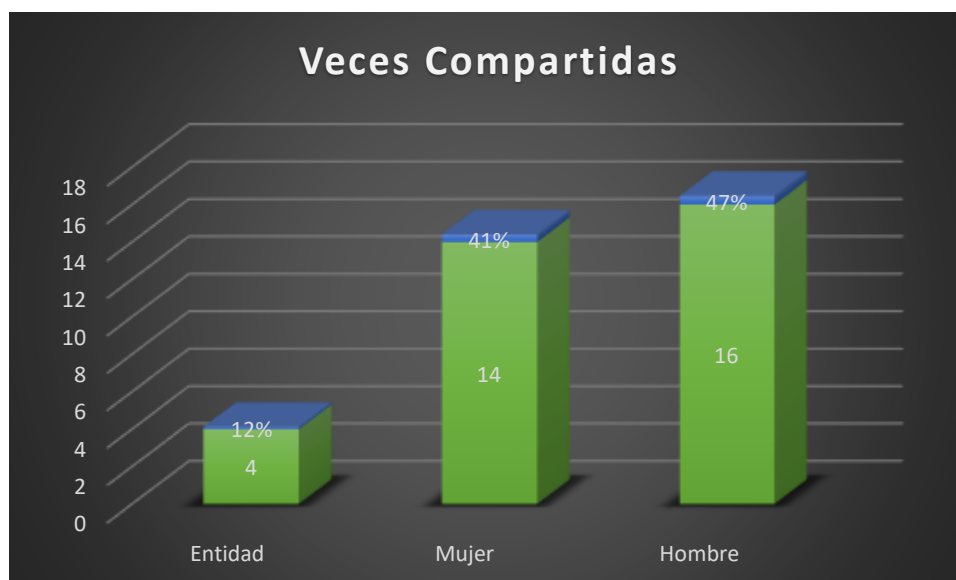
**Gráfico 9.** Clasificación de reacciones de la publicación 2  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

En la clasificación de las reacciones se obtuvo un total de 324 “me gusta” que representa el 79%, 78 “me encanta” con el 19% y las demás reacciones con un porcentaje de 1 a 0%. Esto quiere decir que la mayoría de los usuarios prefieren reaccionar con un “me gusta”, reacción que se encuentra al alcance de los destinatarios a lo cual se da por entendido que el 79% está de acuerdo con lo ejecutado en la publicación.

Además, de las reacciones se pudo observar que la publicación fue compartida en el perfil de los diferentes usuarios misma que ayudó a obtener los resultados que a continuación se detallan:

Entidad	4
Mujer	14
Hombre	16
Total	34

**Tabla 7.** Veces Compartidas de la publicación 2  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez



**Gráfico 10.** Veces que usuarios compartieron la publicación 2  
**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo  
**Elaborado por:** Karina Sánchez

Dentro de la publicación se observó que los usuarios han compartido la publicación en sus perfiles, los cuales se encuentran divididos de la siguiente: 12% son instituciones, el 41% son mujeres y el 47% son hombres, quienes desearon que la publicación llegue a más personas que utilizan la red social Facebook.

Con los resultados se pudo demostrar que usuarios de sexo masculino son los más interesados por compartir la información publicada en la fan page del GAD Municipal



de Pelileo.

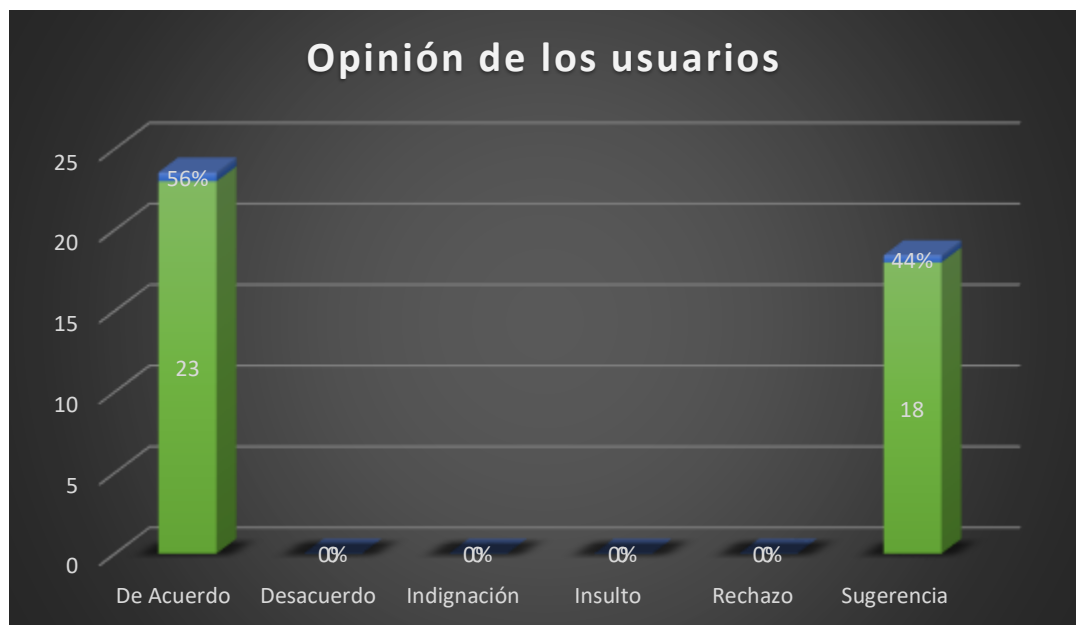
Seguidamente, se analizaron los comentarios que la publicación alcanzó catalogándolos de la siguiente manera:

De Acuerdo	23
Desacuerdo	0
Indignación	0
Insulto	0
Rechazo	0
Sugerencia	18
Total	41

**Tabla 8.** Comentarios de la publicación 2

**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo

**Elaborado por:** Karina Sánchez



**Gráfico 11.** Clasificación de opiniones compartieron la publicación 2

**Fuente:** Fan Page GAD Municipal de Pelileo

**Elaborado por:** Karina Sánchez

De un total de 41 comentarios el 56% manifestaron que están de acuerdo con lo presentado en la publicación, mientras que el 44% brindó sugerencias, siendo un punto en el cual la mayoría da su agradecimiento, felicitación y recomendaciones sobre la obra realizada. Por lo que se pudo detallar algunos de los comentarios efectuados en

la publicación:

- *“Excelente Leopoldo Gallegos y a todos los amigos del Municipio!”* Rafael Llerena
  - *“Yo creo que esa palmera debe ser complice de muchos amores y desamores .. he ahí la sugerencia que la cuiden ☺ la historia se la recupera en pequeñas cosas que han dejado grandes huellas ... felicidades a la Alcaldía”* Noelia de los Ángeles Sánchez Lopes
  - *“Felicitaciones al alcalde por volver un icono a pelileo y al sr.Leopoldo por ese gran gesto una recomendación a los encargados trabajadores del municipio poner agua a la palmera y si es posible cercar el contorno que no pase como las anteriores muchas gracias”* Marcelo Villaroel
  - *“Sugiero se cerque la palmera para que no sea urinario de perros y desadaptados”* Patricia López
  - *“FELICITACIONES, esa Palmera tiene 22 años la misma edad que tiene la Palmera de los BOMBEROS sembramos casi la misma época...solo hay que cuidar”* Carlos Daniel Yanca López
  - *“Felicidades x cumplir su palabra Sr. Alcalde y una recomendación aga una serca al rededor y unas luces LED al rededor quedaría pepa”* Charly Guamán
  - *“Gracias a todos los que han colaborado para que la palmera 🌿 vuelva a su sitio”.* Mariana D Jesús M
- Entrevista

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Interpretación</b>
<b>1. ¿Cuál es la estrategia de comunicación que tiene el GAD de Pelileo en redes sociales?</b>	La municipalidad de Pelileo mantiene una estrategia informativa integral, es decir, informar de todas las actividades que la institución realiza en beneficio de la ciudadanía. Con motivo de llegar a la	La mejor estrategia que ha encontrado la Municipalidad es informar cada una de las actividades realizadas por la institución de manera interactiva, con el afán de llegar a la

	<p>mayor cantidad de seguidores de la manera interactiva, capaz que la información compartida sea de interés y genere sentido de pertenencia, demostrando la misión y visión del GAD Municipal del cantón San Pedro de Pelileo en beneficio de la ciudadanía.</p>	<p>mayor cantidad de seguidores, ya que hoy en día la tecnología es fuente fundamental.</p>
<p><b>2. ¿Qué recursos utilizan para llevar la información a la ciudadanía?</b></p>	<p>Se utiliza la mayoría de recursos que las redes sociales ponen a disposición, siendo la red social Facebook, la de mayor aceptación en Pelileo. Desde publicaciones en horarios establecidos (de acuerdo a la interacción de la ciudadanía) con la información de mayor relevancia en el día e historias con noticias diarias. Cabe destacar, que la información institucional está cargada de fotografías y videos que denotan las actividades ejecutadas.</p> <p>Por otro lado, la de red social Instagram y Twitter</p>	<p>El recurso más utilizado por la Municipalidad es la red social Facebook, misma que tiene mayor aceptación por los ciudadanos y en donde se proporciona la información, demostrando con fotografías y videos las actividades.</p>

	son redes sociales que se utilizan en mejor proporción en el cantón, ya que tienen sus políticas de manejo. Aun así, la municipalidad utiliza estos canales de información que son mecanismos distintos para informar a la ciudadanía.	
<b>3. ¿Porque los utiliza?</b>	Hay que utilizar las herramientas que las redes sociales han puesto a disposición de los usuarios, en este caso al tratarse de una institución pública, nos acoplamos a la innovación tecnológica, y compartimos toda la información de manera didáctica y digerible.	La Municipalidad se ha ido acoplando para utilizar las nuevas tecnologías y de esta manera interactuar con los usuarios que utilizan la plataforma, con el fin de que vaya compartiendo la información publicada por la institución.
<b>4. ¿Considera usted, que Facebook es una red social fiable para difundir información en el cantón?</b>	Sí, cuando se utiliza de manera responsable, en donde el objetivo es difundir actividades positivas.	La red social Facebook es completamente fiable para difundir información, pues la institución se encarga de que sea para un fin responsable, además de que la ciudadanía se informe de manera concreta y verídica.
<b>5. ¿Según las publicaciones</b>	Sí, debido a que la estrategia que utiliza el	Definitivamente las publicaciones han

<p><b>considera que han alcanzado el objetivo para que la ciudadanía se informe?</b></p>	<p>departamento de comunicación de la institución, ha analizado de manera minuciosa la forma de cómo quiere informarse la población, es decir, con un lenguaje entendible, sin tecnicismos y con la expresión de la realidad misma. Es importante mencionar que no todas las notas tienen la misma intensidad de llegada, pero todas se encaminan en lo que la institución debe informar, el compromiso por el desarrollo de la comunidad pelileña.</p>	<p>logrado alcanzar el objetivo deseado pues al momento de difundir la información se lo hace pensando en toda la población para que puedan comprender de manera correcta el mensaje que se desea propagar.</p>
<p><b>6. ¿Considera que el número de seguidores e interacciones representan aceptación de la ciudadanía al trabajo institucional?</b></p>	<p>No, ya que el número de seguidores es el producto de varios procesos de gestión. Al ser la autoridad (alcalde) electa por elección popular, se sabe que, el proceso durará 4 años, tiempo en el cual se crea una comunidad de adeptos, que se sienten identificados con la autoridad y su trabajo, interactuando continuamente. Los seguidores tienen la</p>	<p>El número de seguidores no significa que todos los ciudadanos se encuentran informados, sin embargo, es una manera de llegar para quienes utilizan la red social Facebook.</p>

	<p>potestad de abandonar su suscripción el momento que decidan, la mayoría decide quedarse como seguidor pasivo u observador.</p>	
<p><b>7. Durante los últimos años, ¿usted considera que el alcance de las publicaciones institucionales ha sido positivo?</b></p>	<p>Si, y eso se puede notar o verificar en el número de seguidores que tienen las páginas oficiales de la institución. El crecimiento de suscriptores crece debido al buen manejo de la información, la misma que capta la atención.</p>	<p>Las publicaciones generadas a través de red social han captado la atención de ciudadanos quienes continúan interactuando en las publicaciones, lo cual ayuda a que continúen informando en la plataforma.</p>
<p><b>8. ¿Considera usted que la interacción de los seguidores de la fan page incide en la planificación de trabajo?</b></p>	<p>La interacción de los seguidores aporta en la formulación de soluciones a nivel general en las labores de la institución. La planificación que genera cada departamento se desarrolla en base a las necesidades de la población, la interacción ayuda al mejoramiento de cada actividad.</p>	<p>Por medio de la interacción se ha podido definir si las actividades son positivas para la ciudadanía, esto permite que se genere una planificación con las recomendaciones que hacen los usuarios.</p>
<p><b>9. ¿Se puede decir que la ciudadanía</b></p>	<p>Sí, porque a diario se generan productos</p>	<p>Se puede afirmar que la ciudadanía se encuentra</p>

<p><b>se encuentra informada sobre las diferentes actividades realizadas por la institución?</b></p>	<p>comunicacionales con las actividades ejecutadas por los servidores municipales y la autoridad máxima. Esto para que los pelileños conozcan de primera mano los datos informativos y de interés.</p>	<p>informada pues el utilizar la red social permite que los pelileños conozcan las actividades realizadas por la autoridad máxima.</p>
<p><b>10. ¿Las actividades institucionales son informadas o publicadas?</b></p>	<p>Todas las publicaciones generadas desde la municipalidad tienen el objeto de informar, ya que se difunden noticias con datos verídicos contrastados con las diferentes direcciones.</p>	<p>Las noticias tienen como fin informar a la ciudadanía, además de que con ello se pueda comprobar las actividades siempre con el propósito que los pelileños se informen de manera verídica y confiable.</p>
<p><b>11. Si solo las actividades de mayor relevancia son publicadas, ¿Qué sucede con las demás?</b></p>	<p>En su mayoría, las actividades que realiza la municipalidad son publicadas. Como se mencionó anteriormente, se utilizan los recursos a disposición de las redes sociales, para que la ciudadanía se entere de lo que la institución genera a diario.</p>	<p>La mayoría de actividades que son realizadas por parte de la Municipalidad han sido publicadas para el conocimiento de la población en general.</p>
<p><b>12. Con respecto a los comentarios</b></p>	<p>De acuerdo a la información se contrasta</p>	<p>Los comentarios vertidos en las</p>

<p><b>positivos y negativos, ¿Cómo se maneja y se responde oficialmente a los comentarios positivos y sobre todo negativos?</b></p>	<p>con la dirección correspondiente para responder documentadamente a todo tipo de comentarios de la ciudadanía.</p>	<p>publicaciones, en su mayoría son respondidos ya sea negativos, positivos o sugerencia, pues son opiniones que deben ser tomadas en cuenta.</p>
---	--	---

Una vez analizados e interpretados los datos obtenidos se da respuesta a la pregunta de investigación formulada que fue la siguiente: ¿Cómo es la percepción sobre la comunicación institucional y la información oficial que se difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo?

Definitivamente la percepción es efectiva para la ciudadanía pelileña, pues hoy en día muchos utilizan redes sociales y este es el caso de Facebook en donde se ha ido publicando información. Según el informante las publicaciones han alcanzado el objetivo pues se verifica en el número de seguidores que tienen las páginas oficiales de la institución, es decir, el crecimiento de suscriptores va en aumento porque se maneja la información llamando la atención de los usuarios. Además, se puede notar claramente al observar los comentarios emitidos por los usuarios que en un 81% indican que se encuentran de acuerdo y son quienes comparten la información, ya sea instituciones públicas/privadas o perfiles personales, lo cual ha ayudado a incrementar el número de seguidores alcanzando los 31 mil.

De igual manera con los resultados obtenidos se puede decir que la ciudadanía se encuentra informada en su totalidad por la razón que a diario se generan productos comunicacionales con las actividades ejecutadas por los servidores municipales y la autoridad máxima. Es necesario mencionar que las reacciones tienen un 84% de aceptación por la razón de que interactúan con las noticias, comprando así que la información está siendo acogida por los suscriptores. Con el fin de que los pelileños conozcan de primera mano los datos informativos y de interés, así lo menciono el informante.



## **CAPITULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### 4.1. Conclusiones

- Mediante el análisis de contenido se determinó que es efectiva la percepción sobre la comunicación institucional y la información oficial, por la razón de que de un total de 41 comentarios el 56% de los usuarios manifiestan están de acuerdo con la obra efectuada, la cual se difunde a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo.
- Se concluye que los usuarios mantienen una percepción positiva en cuanto a la comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo, por la razón que de un total de 324 reacciones el 79% les gusta, mientras que el 19% da “me encanta” ocasionando que los resultados arrojen una empatía con la información generada en la red social.
- Mediante la difusión de la información en la red social Facebook se analizó que los participantes interactúan por medio de reacciones con un total de 408, 41 comentarios y compartiendo 34 veces la información del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo, permitiendo que se dé una mayor propagación de la información.
- Finalmente, la percepción de la comunicación institucional se correlaciona con la información oficial a través de la red social Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo, puesto que el 88% de usuarios de la red social demuestran su agrado respecto a las publicaciones.

### 4.2. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo continuar con la difusión de información tanto en la red social como a través de medios tradicionales, a su vez la institución tenga como fin crear una estación radial institucional, con el fin de prevalecer a la comunidad.

## C. MATERIALES DE REFERENCIA

### ➤ Referencias Bibliográficas

1. "Institución". (2016). Obtenido de Significados.com:  
<https://www.significados.com/institucion/>
2. Acevedo, L. (1 de Febrero de 2018). ¿Qué es gestión corporativa? Obtenido de Cuida tu dinero : <https://www.cuidatudinero.com/13122809/que-es-la-gestion-corporativa>
3. Álvarez-Gálvez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
4. Arévalo, J. A. (2007). Gestión de la Información, gestión de contenidos y conocimiento. Siou, 2-15.
5. Bertram, D. (2008). Likert Scales... are the meaning of life. Topic Report. Obtenido de <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>.
6. BRAVO, F. P. (Octubre de 2010). MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y REPRESENTACIÓN DE INTERESES EN CHILE. Santiago , Chile: UNIVERSIDAD DE CHILE.
7. Cantillo, G., Palmera , R., & Romàn, I. (2015). Difusión de la Información . Obtenido de TECNÒLOGAS EN ADMINISTRACIÒN DOCUMENTAL: <https://actiweb.one/ipgcrp/pagina5.html>
8. Colima, U. d. (2020). COMPONENTE DE GESTIÓN INSTITUCIONAL. Obtenido de <https://www.ucol.mx/modelo-ucol/componente-gestion-institucional.htm>
9. CORTÉS, C. (agosto-noviembre de 2019). La gestión comunicacional: entre la precarización profesional y el diseño algorítmico. 141, pp. 127-148. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.

10. D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & y Freidenberg, F. ((2007) ). Medios de Comunicación y Opinión Pública. . Madrid: McGraw Hill.
11. D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & y Freidenberg, F. (2000). Medios de comunicación de masas, efectos políticos y opinión pública. ¿Una imagen vale más que mil palabras? Buenos Aires : Editorial de Belgrano.
12. Diaz, S. Y. (2017). Los medios de comunicación masiva: una lengua nueva. Cuadernos de Información y Comunicación, 2-12.
13. Díaz, Y. d., Rivero Amador, S., González Pérez, M. M., & Ding, B. (2021). La Gestión de Información en el contexto institucional y el rol de los directivos. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 2-15.
14. Farroñán, V. R., & Valle Palomino, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial. Revista Universidad y Sociedad.
15. GODÍNEZ, E. S., & ZÚÑIGA , L. (2011). LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON INFORMACIÓN PRECISA, CONFIABLE Y OPORTUNA EN LAS BASES DE DATOS. Centro de Investigación y Evaluación Institucional.
16. Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, 2- 9.
17. GOYA, E. D. (2012). MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA. México: Red Tercer Milenio .
18. Hodgson, G. M. (2011). ¿Qué son las instituciones? Cali: University of Hertfordshire.
19. Holsti, O. (1969). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading, MA.: Addison Wesley.
20. Inzunza-Acedo, B. E. (2017). Los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia. Comunicación y sociedad, 2-15.
21. Lasswell, H. (1927). Propaganda Techniques in the World War. New York: Knopf.

22. López, A. M. ( 2001). La investigación en comunicación masiva y comportamiento social: una visión de su historia y concepción. *Comunicación Social* (Universidad de Guadalajara), 11-64.
23. Morales, A. (1994). Salud Mental y Comunicación Masiva. *Psykhe - Revistas UC*, 1- 6.
24. Morales, M. L. (2018). “LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GADP MORONA SANTIAGO A TRAVÉS DE FACEBOOK Y LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MORONA, PERIODO JUNIO-DICIEMBRE 2017”. Riobamba: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.
25. Obando, G. (agosto de 2014). La comunicación masiva como servicio público en la Ley Orgánica de Comunicación de la República del Ecuador. Quito , Pichincha, Ecuador: UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO.
26. Ortega, J. R. (2014). El concepto de información: dimensiones bibliotecológica, sociológica y cognoscitiva. *Investigación bibliotecológica*.
27. Paccha, J. G. (2008). La Comunicación Organizacional y el Proceso Estratégico de Comunicación Corporativa en el Programa de Desarrollo de Área (PDA) Pasa-San Fernando del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua. Ambato , Ecuador : Universidad Técnica de Ambato.
28. Paolo, B. D. (Octubre de 2013). La comunicación en las organizaciones de la sociedad civil: Una perspectiva alternativa para el estudio y la práctica de la comunicación organizacional. Mendoza : UNIVERSIDAD JUAN AGUSTÍN MAZA.
29. Pérez, J., & Gardey, A. (2010). Definicion.de: Definición de difusión. Obtenido de <https://definicion.de/difusion/>
30. Pérez, J., & Gardey., A. (2021). Definicion.de: Concepto de información. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/informacion/>

31. PIARC. (2016). DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN. Obtenido de <https://rno-its.piarc.org/es/servicios-al-usuario-transporte-de-pasajeros/difusion-de-la-informacion>
32. Pugacheva, K. (19 de marzo de 2020). ONU. Obtenido de Noticias ONU: <https://news.un.org/es/story/2020/03/1471482>
33. Rodas, B. I., & Álvarez, R. (2016). Influencia de la página de Facebook de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil, como medio de información para los estudiantes. *INNOVA Research Journal*, Vol 1 (No. 11), 42-62.
34. Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México : McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A. DE C.V.
35. Serna, C. G., Henao Aldan, E. V., & Lemir González, I. (2020). Uso de la red social Facebook entre estudiantes de la Institución Educativa Nuestra Señora Del Carmen (IENSEC) de La Dorada, como medio para informarse de la actualidad local y regional. Manizales: Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Manizales.
36. Valerio, J. R. (2009). Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía. *CONfines*, 105- 109.

➤ Anexos

Anexo 1. Post de la publicación 1

**GAD Municipal de Pelileo**  
28 abr. · 🌐

En un ambiente de gratitud y alegría de nuestros ciudadanos, se llevó a cabo la entrega oficial y bendición de los trabajos de intervención que se realizaron a lo largo de la calle Juan de Velasco, como un claro ejemplo del trabajo y la voluntad de la administración municipal liderada por el Alcalde Leonardo Maroto, para demostrar que el bienestar de #Pelileo debe llegar a todos sus habitantes.

Estos trabajos comprenden el cambio integral de dos redes de agua potable con sus respectivas acometidas y válvulas de sectorización, cambio de la red de alcantarillado sanitario e instalación de las acometidas, tanto en las viviendas habitadas como lotes baldíos para evitar roturas de

De igual forma se ubicó la capa asfáltica con su respectiva señalización, tanto horizontal como vertical, reductores de velocidad y la ornamentación correspondiente. "De esta manera la municipalidad evidencia con el pueblo, la utilización adecuada y transparente de los recursos, son obras que ofrecen bienestar y mejoran las condiciones de vida de todos.", destacó el Alcalde al inaugurar estos trabajos.

#JuntosSomosPELILEO 🇪🇨



← Personas que han reaccionado 🔍

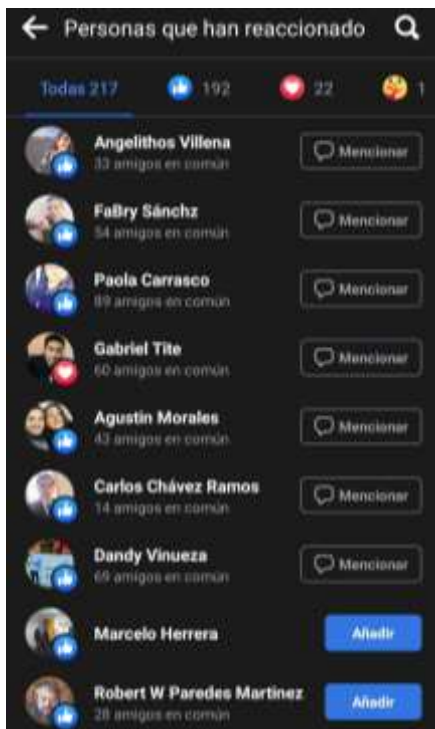
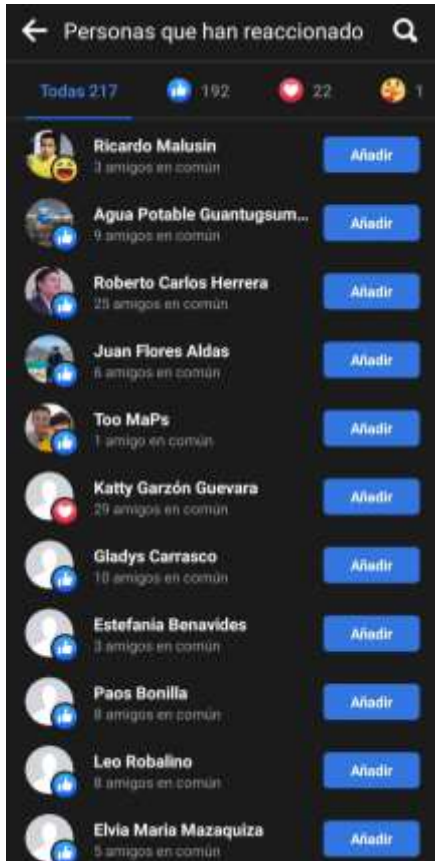
Todas 217 👍 192 🧡 22 😊 1

- Washington Jorge Paredes...  
25 amigos en común Añadir
- Wil Nuñez Añadir
- Mago Socram  
17 amigos en común Añadir
- Francisco Villena A  
41 amigos en común Añadir
- Elena Aldás  
7 amigos en común Añadir
- Lupe Llerena  
34 amigos en común Añadir
- Juan C. Reyes  
41 amigos en común Añadir
- Violeta Moposita  
1 amigo en común Añadir
- Anali Sánchez  
41 amigos en común Añadir
- Ruth Jurado Arroyo  
82 amigos en común Añadir
- Maria Sanchez Añadir

← Personas que han reaccionado 🔍

Todas 217 👍 192 🧡 22 😊 1

- Cristina Punina  
5 amigos en común Añadir
- Jose Pepe Añadir
- Amalia Saca  
2 amigos en común Añadir
- Elsita Rojano  
1 amigo en común Añadir
- Olivia Gallegos  
6 amigos en común Añadir
- Patty Cunalata G  
6 amigos en común Añadir
- Lady Curipallo  
29 amigos en común Añadir
- Jesyta Miranda Celeste  
16 amigos en común Añadir
- Dayana Guevara  
8 amigos en común Añadir
- Maria Paredes Ríos  
6 amigos en común Añadir
- Mishelle Carrasco  
76 amigos en común Añadir





Héctor Ramos y 8 personas más  
Me gusta Comentar Compartir



Héctor Ramos y 6 personas más 1 comentario  
Me gusta Comentar Compartir



Héctor Ramos y 8 personas más  
Me gusta Comentar Compartir



Héctor Ramos y 9 personas más



Héctor Ramos y 7 personas más  
Me gusta Comentar Compartir



16  
Me gusta Comentar Compartir



Héctor Ramos y 8 personas más  
Me gusta Comentar Compartir



Héctor Ramos y 8 personas más  
Me gusta Comentar Compartir



Anexo 2. Post de la publicación 2

**GAD Municipal de Pelileo**  
23 dic. 2021

La frase: "Nos vemos en la palmera" o "te espero en la palmera", vuelve a cobrar valor en nuestra ciudad, cuando hoy se ubicó nuevamente esta planta tradicional a la altura de la Av. Padre Jorge Chacón y calle Quis Quis.

Al constituirse la palmera en un ícono histórico de la ciudad, nuestro Alcalde Leonardo Maroto desde hace tiempo atrás, dirigió sus gestiones en la búsqueda de una nueva palmera sin que represente ningún egreso económico para nuestro cantón; producto de lo cual se contaba con varias alternativas de palmeras adaptadas a las condiciones climáticas de Pelileo.

Tras un análisis técnico emitido por profesionales de la municipalidad, se determinó sembrar una planta completamente adaptada a este suelo ya que proviene del sector de Pamatug de la propiedad de Leopoldo Gallegos, quien gustoso colaboró con la ciudad. Ahora el compromiso de todos es cuidarla para que la historia de la palmera de #Pelileo se mantenga intacta.

#JuntosSomosPELILEO

408 41 comentarios · 34 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

← Personas que han reaccionado

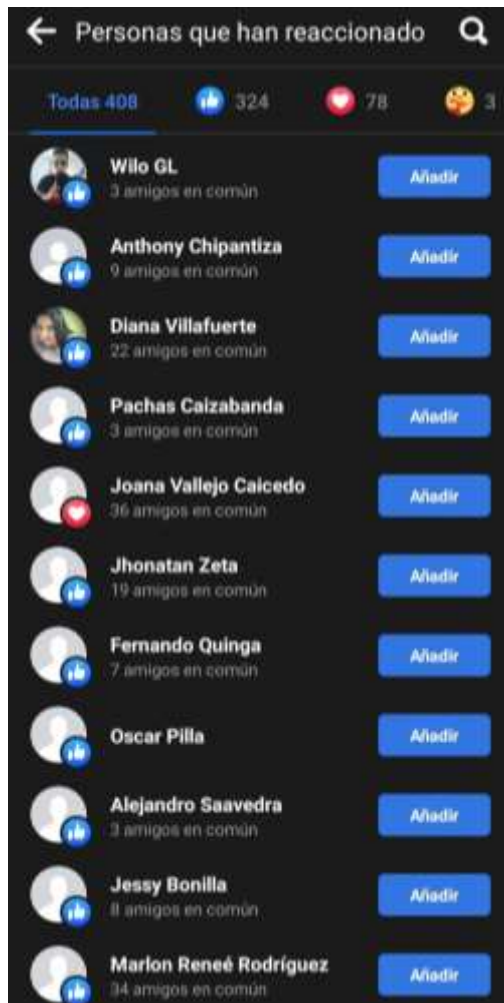
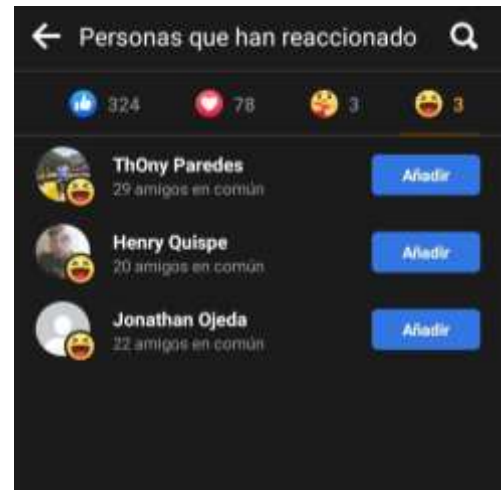
Todas 408 324 78 3

- Carlos Chávez Ramos (14 amigos en común) Mencionar
- Alexis Veloz (29 amigos en común) Mencionar
- Christian Paredes (48 amigos en común) Mencionar
- Paola Carrasco (89 amigos en común) Mencionar
- Agustín Morales (43 amigos en común) Mencionar
- Stalin ALÉXIS Recalde (90 amigos en común) Mencionar
- Fabrizio Quispe (5 amigos en común) Añadir
- Arly JP (33 amigos en común) Añadir
- Adri Carrasco (85 amigos en común) Añadir
- Laura Maliza (1 amigo en común) Añadir
- Belen Lopez Añadir

← Personas que han reaccionado

408 324 78 3

- Sarahi Quinga Mayorga (33 amigos en común) Mencionar
- Dandy Vinuesa (69 amigos en común) Mencionar
- María Luisa Villamar Torres (1 amigo en común) Añadir
- Albita Llerena (31 amigos en común) Añadir
- Julia Paredes Villacís (14 amigos en común) Añadir
- Charly Guaman (3 amigos en común) Añadir
- Rocio Llerena (8 amigos en común) Añadir
- Mónica Tite (5 amigos en común) Añadir
- Pato's Morales Añadir
- Oscar Herman Moposita Chi... (2 amigos en común) Añadir
- Hilda Toctaquiza (3 amigos en común) Añadir



### **Anexo 3. Entrevista**

1. ¿Cuál es la estrategia de comunicación que tiene el GAD de Pelileo en redes sociales?
2. ¿Qué recursos utiliza para llevar la información a la ciudadanía?
3. ¿Porque los utiliza?
4. ¿Considera usted, que Facebook es una red social fiable para difundir información en el cantón?
5. ¿Según las publicaciones considera que han alcanzado el objetivo para que la ciudadanía se informe?
6. ¿Considera que el número de seguidores e interacciones representan aceptación de la ciudadanía al trabajo institucional?
7. Durante los últimos años, ¿usted considera que el alcance de las publicaciones institucionales ha sido positivo?
8. ¿Considera usted que la interacción de los seguidores de la fan page incide en la planificación de trabajo?
9. ¿Se puede decir que la ciudadanía se encuentra informada sobre las diferentes actividades realizadas por la institución?
10. ¿Las actividades institucionales son informadas o publicadas?

- 11.** Si solo las actividades de mayor relevancia son publicadas, ¿Qué sucede con las demás?
  
- 12.** Con respecto a los comentarios positivos y negativos, ¿Cómo se maneja y se responde oficialmente a los comentarios positivos y sobre todo negativos?