



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

LOS CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN LA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE SAN LORENZO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2021.

AUTORA:

Fares Aylla Adriana Emperatriz

DIRECTOR(A):

Msc. Pilar Chávez

PAR ACADÉMICO:

Msc. Rocío Núñez

GUARANDA – ECUADOR

2021- 2022

TEMA DE INVESTIGACIÓN

LOS CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN LA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE SAN LORENZO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2021.

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien me dio la vida, protección, salud, me colmó de bendiciones y me brinda sabiduría para seguir adelante.

A mis padres, hermanos y hermanas quienes son mis pilares fundamentales para seguir adelante y cumplir cada una de mis metas y objetivos. También a Luis Fernando Chimborazo Herrera por todo el apoyo brindado más que económico moral.

Agradezco a la Universidad Estatal de Bolívar, mis profesores quienes sin egoísmo impartieron conocimientos durante mi preparación académica a través de sus clases prácticas y teóricas. De manera muy especial agradezco a la Msc. Pilar Chávez y Msc. Roció Núñez, gracias al apoyo, orientación y confianza se logró culminar el trabajo de titulación.

Adriana Fares

DEDICATORIA

Cada uno de mis logros lo dedico a Dios porque me ha dado la vida, la fortaleza y la fuerza para encaminar cada una de mis metas.

Con todo mi cariño a mis padres Rubén Fares y Esther Aylla, por todo su apoyo, lucha y sacrificio diario, quienes me enseñaron hacer humilde de corazón y me inculcaron valores éticos y morales para aplicar en la vida diaria.

A mis abuelitos que están en el cielo y siempre se preocuparon por mi educación académica.

Y a mis hermanos, hermanas, familiares, amigos y amigas que siempre han estado a mi lado apoyándome con ejemplos de constancia y perseverancia, quienes me alentaron en el transcurso de mis estudios para culminarlos.

Adriana Fares

Guaranda 16 de agosto del 2022

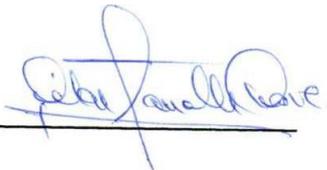
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Msc. Pilar Chávez y Msc. Rocío Núñez, en su orden director y par académico del Trabajo de Integración Curricular "**LOS CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN LA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE SAN LORENZO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2021.**"

desarrollado por la señorita **Fares Aylla Adriana Emperatriz**

CERTIFICAN

Que luego de revisar las respectivas correcciones del Trabajo de Integración Curricular en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la carrera de Comunicación, por lo tanto, autorizamos su presentación y empastado.



Lcda. Pilar Chávez, Msc.

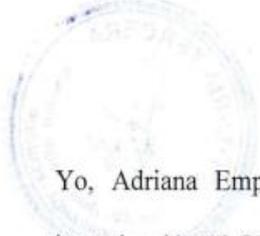
Director



Lcda. Rocío Núñez, Msc

Par Académico

DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA



DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA

Yo, Adriana Emperatriz Fares Aylla declaro ser la única autora de trabajo de investigación “LOS CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN LA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE SAN LORENZO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2021” autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenece o parte de los que contiene este trabajo, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponde, con la excepción de la autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5,6,8,19 y demás pertinentes a la Ley de Propiedad Intelectual y Reglamento.

Igualmente, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art.144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.


Adriana Fares
Ci: 1850597723



Notaria Tercera del Cantón Guaranda
Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez
Notario



No. ESCRITURA	20220201003P01866
---------------	-------------------

**DECLARACION JURAMENTADA
OTORGADA POR:**

ADRIANA EMPERATRIZ FARES AYLLA

CUANTIA: INDETERMINADA

FACTURA: 001-002-000010551

DI: 2 COPIAS

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día ocho de septiembre de dos mil veintidós, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparecen la señorita ADRIANA EMPERATRIZ FARES AYLLA, soltera, domiciliada en la parroquia San Lorenzo de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, con celular número 0969845929, correo electrónico adrianafares2@gmail.com; por sus propios derechos. La compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, hábil e idónea para contratar y obligarse a quien de conocerla doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana, bien instruida por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertida de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento que dice: **Declaro que el presente trabajo de investigación titulado: "LOS CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN LA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE SAN LORENZO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2021".** Previo la obtención del título de Licenciada en Comunicación, a través de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, de la Universidad Estatal de Bolívar, es de mi autoría, este documento no ha sido previamente presentado por ningún grado de calificación profesional y que las referencias bibliográficas que se incluyen han sido consultadas por la autora. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. **HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA.** La misma que queda elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que les fue a la compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquel se afirma y se ratifica de todo lo expuesto y firma conmigo en unidad de acto, quedando incorporado al protocolo de esta Notaria, la presente declaración, de todo lo cual doy fe.-

Adriana
ADRIANA EMPERATRIZ FARES AYLLA
C.C. 1850597723



Henry Rojas Narvaez
AB. HENRY ROJAS NARVAEZ
NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DE INVESTIGACIÓN	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN	V
CERTIFICAN	V
DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA	VI
INTRODUCCIÓN	XV
RESUMEN	16
ABSTRACT	17
CAPÍTULO I	18
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	18
Descripción del Problema	18
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
JUSTIFICACIÓN	21
OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS	22
Objetivo General	22
Objetivos Específicos	22
HIPÓTESIS	23

• Variable Independiente	23
• Variable Dependiente	23
Operacionalización de Variables	24
Contenidos Difundidos en la Página Oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo	27
Análisis cualitativo de los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo durante el año 2021	34
CAPÍTULO II	35
MARCO TEÓRICO	35
ANTECEDENTES	35
MARCO CIENTÍFICO	37
Teoría Funcionalista de la Comunicación	37
Modelo de Shannon y Weaver	37
Teoría Estructuralista de la Comunicación	41
Modelo Jürgen Habermas	41
MARCO CONCEPTUAL	44
Contenido	44
Redes sociales	44
Facebook	45
Mensaje	45
Mensaje auditivo	46
Comunicación	46
Audiencia	47
Color	47
Línea gráfica	47

Impacto.....	48
Institución.....	48
Institución Pública.....	48
Institución Privada.....	49
Institución Gubernamental.....	49
Imagen.....	50
MARCO LEGAL.....	52
COOTAD.....	54
Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización....	54
MARCO GEOREFERENCIAL.....	56
Atractivos y lugares turísticos.....	58
CAPÍTULO III.....	59
METODOLOGÍA.....	59
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	59
Descriptiva.....	59
Bibliográfica.....	59
Investigación de campo.....	60
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	60
Enfoque Cuantitativo.....	60
Cualitativa.....	60
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	61
Analítico.....	61
Sintético.....	61
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS.....	62

Entrevista:	62
Encuesta:	62
INSTRUMENTO	62
Guía de entrevista.....	62
Cuestionario:.....	62
UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA	63
CAPÍTULO IV	64
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	64
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN	64
ENTREVISTA REALIZADA	77
Análisis Cualitativa de la Entrevista	81
CAPÍTULO V	84
PROPUESTA	84
Tema	84
Datos informativos	84
ANTECEDENTES	85
OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA	87
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DEL GADPR DE SAN LORENZO	88
Evaluación de la página	93
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	94
PRESUPUESTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ...95	
CONCLUSIONES	96

RECOMENDACIONES	97
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	101
CRONOGRAMA	102
PRESUPUESTO	104
Carta de aceptación de la institución	105
INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS	106
Reuniones con la Directora y Par Académico	112
REUNIONES CON EL PRESIDENTE DEL GADPR DE SAN LORENZO.	114
Certificado Del Urkund	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	26
Tabla 2: Contenidos difundidos en el GAD Parroquial de San Lorenzo	33
Tabla 3: Edad	65
Tabla 4: Género	66
Tabla 5: Frecuencia con la que siguen la página de Facebook	67
Tabla 6: Interacción en la página oficial de Facebook	68
Tabla 7: Revisión de contenidos	69
Tabla 8: Interés de la publicación	70
Tabla 9: Información oportuna	71
Tabla 10: Información eficaz	72
Tabla 11: La imagen institucional que proyectan el GADPR San Lorenzo	74
Tabla 12: Frecuencia de publicaciones	76
Tabla 13: Plan Estratégico	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo Shannon y Weaver	38
Figura 2 Acciones sociales	42
Figura 3 Mapa de la parroquia de San Lorenzo	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad	65
Gráfico 2 Género	66
Gráfico 3 Frecuencia con la que siguen la página de Facebook	67
Gráfico 4 Interacción en la página oficial de Facebook	68
Gráfico 5 Revisión de contenidos	69
Gráfico 6 Interés de la publicación	70
Gráfico 7 Información oportuna	71
Gráfico 8 Información eficaz	72
Gráfico 9 La imagen institucional que proyectan el GADPR San Lorenzo	74
Gráfico 10 Frecuencia de publicaciones	76

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Criterio de las publicaciones	73
Imagen 2 Actividades desplegadas por el GADPR de SAN Lorenzo	75

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, está direccionada al análisis y mejoramiento de los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Lorenzo, el uso de la red social es uno de los procesos que se ha incrementado en los últimos tiempos para la comunicación interna y externa dentro de las instituciones públicas o privadas, el acceso y popularidad de las redes sociales, en especial de Facebook representa una oportunidad para las instituciones para generar mayor credibilidad e interacción con la audiencia.

Los resultados de las encuestas aplicadas a los seguidores de la página oficial de Facebook de GADPR de San Lorenzo y entrevista aplicada a la persona encargada de manejar la página de Facebook demuestran que los contenidos difundidos no son eficientes y es necesario aplicar otros métodos de difusión y actualización de contenidos para genera credibilidad e interacción con la audiencia y de la misma manera mejorar la imagen institucional. Es esencial que la institución aplique la propuesta plateada para la estimulación, satisfacción, interacción entre la institución y los seguidores de la página al momento de revisar la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo.

El trabajo de investigación demuestra la necesidad de aplicar correctamente las estrategias de comunicación para brindar a la audiencia satisfacción y una imagen positiva de la institución. También, busca mejorar los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook para fortalecer la imagen institucional.

RESUMEN

El trabajo de investigación tiene como objetivo determinar los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook y su impacto en la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Lorenzo, para lo cual se realizó un análisis de los contenidos difundidos por la institución, comprobando de esta manera la importancia de la investigación porque cada vez más las personas se involucran con el mundo digital y es así que la audiencia se informa de las actividades y acciones realizadas por el GADPR de San Lorenzo . La investigación se basó en el método: cualitativo y cuantitativo donde se determinó la calidad de los contenidos difundidos y como incide en la imagen institucional de la institución, lo que dio lugar a identificar los hechos y fenómenos en el estudio partiendo desde los aspectos generales para llegar a los particulares, por ello la población de estudio fue los 584 seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo y 1 entrevista dirigida a la persona encargada de manejar la página de Facebook de la institución. Los resultados recolectados arrojaron que los contenidos difundidos no son actualizados de manera eficaz y no usan los parámetros y características adecuadas para que la información llegue de manera oportuna y contribuya de manera positiva a la imagen institucional, la indagación obtenida permite concluir que la página debe ser actualizada cada semana o por lo menos cada quince días con contenidos bien estructurados y precisos para fortalecer la interacción y credibilidad con la audiencia por lo cual, es necesario que se tome en cuenta las estrategias comunicacionales propuestas en la investigación para un buena difusión de contenidos y una buena imagen institucional.

Palabras Clave: contenidos difundidos, imagen institucional, comunicación

ABSTRACT

The objective of the research work is to determine the contents disseminated on the official Facebook page and its impact on the institutional image of the Autonomous Decentralized Rural Parish Government of San Lorenzo, for which an analysis of the contents disseminated by the institution was carried out, verifying In this way, the importance of research because more and more people are getting involved with the digital world and that is how the audience is informed of the activities and actions carried out by the GADPR of San Lorenzo. The research was based on the method: qualitative and quantitative where the quality of the disseminated content was determined and how it affects the institutional image of the institution, which led to identifying the facts and phenomena in the study starting from the general aspects to reach individuals, therefore the study population was the 584 followers of the official Facebook page of the GADPR of San Lorenzo and 1 interview addressed to the person in charge of managing the institution's Facebook page. The results collected showed that the contents disseminated are not updated effectively and do not use the appropriate parameters and characteristics so that the information arrives in a timely manner and contributes positively to the institutional image, the investigation obtained allows us to conclude that the page should be updated every week or at least every fifteen days with well-structured and precise content to strengthen interaction and credibility with the audience, therefore, it is necessary to take into account the communication strategies proposed in the research for a good dissemination of content and a good institutional image.

Keywords: Disseminated content, institutional image, communication

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Descripción del Problema

Una institución puede diferenciarse del resto por la imagen que proyecta a la ciudadanía, usando varios métodos o atributos como elementos diferenciadores. Por ello, la institución debe considerar la creación y proyección de contenidos comunicacionales como un pilar fundamental en la construcción de la imagen institucional de manera correcta.

Toda institución pública o privada que desee mantenerse a un alto nivel de transformación para beneficio de clientes, ciudadanos y de sí mismo, debe poner esmero en las etapas de desarrollo y difusión de contenidos en las plataformas digitales.

Una página oficial de Facebook, es un sitio web que permite crear un perfil como identificación de una persona, empresa, organización u institución esta aplicación fue creada por la idea de Mark Zuckerberg, especialmente para usarla como un canal de comunicación entre usuarios dentro de la red social mediante chat, fotografías, grupos juegos, entre otros.

Para publicar los contenidos de actividades realizadas e informar a la audiencia el GADPR San Lorenzo usa la red social Facebook, considerada la más popular y de mayor alcance en el mundo, para difundir la información y generar empatía entre la institución y la audiencia, con el fin de aumentar o generar la autenticidad, confianza y compromiso. La función de la institución no solo debe consistir en difundir a través de la red social Facebook información sobre las actividades o

acciones que realizan, sino también escuchar y fomentar el diálogo con los públicos para una reputación o feedback de manera positiva, para de esta manera generar un valor agregado y aumentar la competitividad.

Los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR San Lorenzo, durante el año 2021, no son desarrollados por profesionales en el área de comunicación o no han recibido capacitación en la misma, por lo que afecta a la periodicidad de actualización de contenidos, la redacción que describe las actividades realizadas no cumplen con ciertas características, la carencia de estructura al publicar una noticia y la escasez de una línea gráfica, son parámetros que afectan la imagen institucional del GADPR de San Lorenzo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Esta investigación está resumida en la siguiente interrogante:

¿Cuál es el impacto que tienen los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook en la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Lorenzo?

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Es necesario examinar el contenido de la página de Facebook del GADPR de San Lorenzo para evaluar el impacto de las publicaciones?

- ¿En qué medida la difusión de contenidos en la página oficial Facebook del GADPR mejora la comunicación entre autoridades y la comunidad de la parroquia de San Lorenzo?
- ¿Por qué es importante que una institución tenga una buena imagen institucional?
- ¿Cómo mejorar los contenidos difundidos por el GADPR de San Lorenzo para perfeccionar y posicionar la imagen institucional?

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de titulación cumple con la línea de investigación de la Carrera de Comunicación, en el área de comunicación organizacional, ya que es una técnica muy importante dentro de las organizaciones, instituciones o empresas, sin importar su tamaño.

Esta investigación se realizó para contribuir al fortalecimiento y mejora de la comunicación entre autoridades que conforman el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Lorenzo y ciudadanos de la Parroquia a través de una correcta difusión de contenidos en la página oficial de Facebook los mismo que ayudan a generar una buena imagen institucional.

También se realizó con la finalidad de valorar los contenidos publicados en la página oficial de Facebook y los mismos que deben exponer una información oportuna y veraz para que el mensaje llegue de manera eficiente, además este estudio permitió conocer el nivel de aceptación que tiene el público con la institución mediante la interacción y aceptabilidad de los contenidos publicados.

Esta investigación de campo obliga a aplicar instrumentos como; encuestas y entrevistas, además, para fundamentar el trabajo de investigación se utilizó bibliografía que permitió la recopilación de datos en; libros, páginas web y focus grup.

OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General

- Determinar los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook y su impacto en la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Lorenzo

Objetivos Específicos

- Analizar la calidad de los mensajes difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo mediante la observación para mejorar la calidad de contenidos.
- Establecer el nivel de impacto que tiene los contenidos en la imagen institucional del GADPR de San Lorenzo en la audiencia.
- Plantear estrategias comunicacionales para mejorar los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo que ayuden al fortalecimiento de la imagen institucional.

HIPÓTESIS

Los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook mejorarán la imagen institucional del GADPR de San Lorenzo.

VARIABLES

- **Variable Independiente**
Contenidos difundidos en la página Facebook
- **Variable Dependiente**
Imagen institucional

		<p>Descripción de la publicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen • Intención del Discurso 	<p>¿Cuáles son los parámetros que usan?</p> <p>¿Cuáles son las características que usan?</p> <p>¿Cuáles son las dimensiones que usan en las imágenes?</p> <p>¿Qué tan oportuna y eficaz es la información?</p> <p>¿Cuál es la veracidad de la información?</p>
--	--	--------------------------------------	--	--

Contenidos Difundidos en la Página Oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo

Fechas por mes	Números de:						
Fecha	Publicaciones	Fotografías	Videos	Textos	Registro	Observaciones	Anexos
01/01/2021 al 31/01/2021	3	40	0	0	<p>1. Colocación de tubos para el agua de consumo en la vía Canduya.</p> <p>2. No hay descripción.</p> <p>3. GADPR San Lorenzo con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Ganadería hacen la entrega de fungicidas a pequeños agricultores para fortalecer el cultivo de maíz.</p>	<p>No tienen titular.</p> <p>No es un lead.</p> <p>No es una noticia.</p> <p>Las imágenes no tienen pie de foto.</p>	<p>1</p>  <p>2</p>  <p>3</p> 
01/02/2021 al 28/02/2021	La página no fue actualizada durante el mes de febrero						

<p>01/03/2021 al 31/03/2021</p>	<p>4</p>	<p>46</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>1. Reestructuración de la bodega del GADPR San Lorenzo.</p> <p>2. Colocación de cuadros fotográficos de los ex presidentes en el auditorio del GADPR San Lorenzo y adquisición de símbolos patrios.</p> <p>3. Desinfección en la plaza de San Lorenzo para evitar contagios de covid 19.</p>	<p>No tienen titular.</p> <p>No es un lead.</p> <p>No es una noticia.</p> <p>Las imágenes no tienen pie de foto.</p> <p>Saturación de fotografías.</p> <p>Las imágenes no revelan lo expuesto por la publicación que hace el GADPR San Lorenzo.</p>	<p>1</p>  <p>2</p>  <p>3</p> 
---	----------	-----------	----------	----------	--	---	--

01/04/2021 al 30/04/2021	1	1	0	0	1. Llor a la provincia de Bolívar.	No hay diseño predeterminado. Carencia de imágenes.	1	
01/05/2021 al 31/05/2021	1	1	0	0	1. Afiche de condolencia por el fallecimiento de un ciudadano de la Parroquia.	Demuestra empatía con la familia.	1	
01/06/2021 al 30/06/2021	5	3	2	0	1. Streaming de la sección solemne por la parroquialización de San Lorenzo. 2. Nota de pesar. 3. Invitación a la ciudadanía para la rendición de cuentas 2020.	Buscan informar a la audiencia. No aplican una línea gráfica.	1	2 & 5  

					<p>4. Rendición de cuentas 2020 vía streaming.</p> <p>5. Nota de pesar.</p>		<p>3</p> 	<p>4</p> 	
01/07/2021 al 31/07/2021	La página no fue actualizada durante el mes de julio								
01/08/2021 al 31/08/2021	6	66	0	0	<p>1. Limpieza de las cunetas en las vías de San Lorenzo.</p> <p>2. Seguimiento del Proyecto “Producción para el maíz”.</p> <p>3. Reconstrucción de infraestructura en el GADPR de San Lorenzo.</p> <p>4. Construcción de una casa de capacitación artesanal en la Comuna San Lorenzo Otavalo.</p> <p>5. Miembros del GADPR San Lorenzo, recorren propiedades</p>	<p>No tiene titular.</p> <p>No es un lead.</p> <p>No hay pie de foto.</p> <p>Saturación de fotografías.</p> <p>Fotografías pixeladas.</p>	<p>1</p>  <p>3</p> 	<p>2</p>  <p>4</p> 	

					que serán donadas por el Sr. Holger Gonzales. 6. Adquisición de símbolos patrios para la Institución.		5 	6 						
01/09/2021 al 30/09/2021	11	48	0	0	1. Nota de pesar. 2. Con el apoyo del Dr. Vinicio Coloma, prefecto de la provincia de Bolívar y en coordinación del GADPR San Lorenzo realizaron el mantenimiento de las vías de la Parroquia. 3. Entrega de guineo verde a las comunidades y centro de San Lorenzo. 4. Conectividad de vías. 5. Relleno de baches en la vía San Lorenzo. 6. Plan de vacunación con el MSP San Lorenzo.	Un usan formatos adecuados. No hay pie de foto. No tiene titular. No es noticia. No hay línea gráfica.	1 	2 	3 	4 	5 	6 	7 	8 

					<p>7. Mantenimiento del sistema de cámaras en GADPR.</p> <p>8. Adquisición de pintura para mejor la vista del parque central.</p> <p>9. Desalojo de escombros ocasionados por la lluvia en el barrio Tambillo.</p> <p>10. Colocación de lastrado en la vía de la comuna San Lorenzo-Otavalo.</p> <p>11. Fumigación de maleza en el Centro de Salud.</p>		<p>9</p>  <p>10</p>  <p>11</p> 
01/10/2021 al 31/10/2021	5	14	0	0	<p>1.Resanteo de un camino apetición del Sr. Holger Gonzáles.</p> <p>2. Minga en la comunidad del Tejar.</p> <p>3. Desbroce de maleza con mingas comunitarias.</p> <p>4 y 5 Notas de pesar.</p>	<p>No tienen titular.</p> <p>No son leads.</p> <p>No hay pie de foto.</p> <p>Tiene faltas ortográficas.</p> <p>Sienten empatía con la genta.</p>	<p>1</p>  <p>2</p>  <p>4</p>  <p>5</p> 

01/11/2021 al 30/11/2021	2	2	0	0	1-2. Notas de pesar.	Demuestran empatía con los familiares.	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 45%;">  </div> </div>
01/12/2021 al 31/12/2021	5	20	0	0	<p>1. Nota de pesar.</p> <p>2. Mejoramiento del sistema eléctrico en Sauce Naguán.</p> <p>3. Mejoramiento de la vía Canduya.</p> <p>4. Lastrado en la vía que conduce al sector Churubamba.</p> <p>5. Resanteo en la vía Mutullogo.</p>	Demuestran empatía con los familiares. No tiene titular. No tiene pie de foto. Faltas ortografías.	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%;">  </div> <div style="width: 50%;">  </div> <div style="width: 33%;">  </div> <div style="width: 33%;">  </div> <div style="width: 33%;">  </div> </div>

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Tabla 2: Contenidos difundidos en la página de Facebook el GADPR de San Lorenzo

Análisis cualitativo de los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo durante el año 2021

- La página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo cuenta con 584 seguidores entre hombres y mujeres.
- El GADPR de San Lorenzo da a conocer las actividades y acciones que realiza para el beneficio y desarrollo de la Parroquia por medio de contenidos publicados en la página oficial de Facebook de la institución con el fin de informar a la audiencia.
- Se ha evidenciado un total de 42 publicaciones entre; fotografías, videos y textos las mismas que carecen de una línea gráfica, hashtags, pie de foto, estructura, titulares, lead, estándares de fotografías y video la omisión de estos parámetros y características deterioran la imagen institucional.
- Los contenidos publicados en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo tienen entre 3 y 26 likes por publicación dando un total de 821 likes, 135 comentarios y 169 comparticiones entre todas las publicaciones durante el año 2021.
- En los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo no se evidencia la segmentación de publicaciones.
- La actualización de contenidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo tiene como mínimo de 3 días y máximo 2 meses.

Lo que intuye que el GADPR de San Lorenzo debe mejorar los contenidos publicados en la red social Facebook para generar interacción y credibilidad con la audiencia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES

San Lorenzo, conocida como la tierra de la música, es una parroquia rural del cantón Guaranda, cuenta con 1.857 habitantes, se encuentra al sur del cantón Guaranda, limita al Norte con la parroquia San Simón, al Sur con la parroquia Santiago, al Este con la provincia de Chimborazo y al Oeste con la parroquia Santa Fe. Este sector queda a 14.6 km de Guaranda y su carretera es asfaltada, los habitantes son reconocidos por el trabajo en la agricultura y entonar instrumentos musicales para formar bandas de pueblo.

Por lo que San Lorenzo cuenta con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural el cual está conformado por; el ingeniero Elías Herrera presidente, Raúl Jurado vicepresidente, vocal de la Comisión de Gestión Ambiental y Turismo Sr. Holger Armijo, vocal de la Comisión de Producción y Desarrollo Económico Sr. Juan Moyano, Vocal de la Comisión de Desarrollo Social Sr. Marco Baño y secretaria -tesorera Ing. Carmita Sangache, miembros que están encargados del progreso y desarrollo de la Parroquia.

El GADPR de San Lorenzo usa la página oficial de Facebook para informar a la comunidad de las actividades y acciones realizadas mediante fotografías, textos y videos. Además, pretenden fomentar una interacción y aceptación de la audiencia, considerando las redes sociales un canal adecuado para generar reciprocidad, y Facebook principalmente se vuelve un instrumento clave de la comunicación en las instituciones para crear y fortalecer la interactividad con la audiencia.

Por ello es que, entre las redes sociales existentes, Facebook es la más usada. A partir del *Global Web Index 2016 y Digital in 2017*, Facebook es la red social con la mayor cantidad de usuarios activos a nivel global (Kemp, 2017), de los cuales más de la mitad utiliza sus servicios al menos una vez al día (Mender, 2016).

Vinculado a este tema de investigación Sarmiento (2018), de la Universidad Nacional de Chimborazo a echo una investigación con el tema: “La red social Facebook como herramienta comunicacional en la gestión de imagen institucional del GAD Municipal de Pallatanga año 2017.” Donde menciona que es necesario que una institución implemente una red social de comunicación con el propósito de mantener informada a la ciudadanía de sus obras y acciones porque a través de la aparición y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han producido grandes cambios para el ser humano y su desarrollo en la sociedad lo que demanda a crear nuevos mecanismos y estrategias de comunicación.

También, Miraba (2019), de la Universidad de Guayaquil ha investigado sobre “La red social Facebook como herramienta del GAD Parroquial Ancónquito en la recepción comunicacional de sus moradores” para lo cual considera fundamental el uso de la TICS ya sea en instituciones públicas o privadas para el fortalecimiento de la gestión comunicacional y mejoramiento de la imagen institucional, con lo que se visibiliza el trabajo que se desarrolla en las misma por ello, para que tenga una buena recepción comunicacional los contenidos deben estar bien estructurados usando correctamente los parámetros y características.

MARCO CIENTÍFICO

La presente investigación está determinada bajo teorías y paradigmas de comunicación que se basa en las siguientes fundamentaciones;

Teoría Funcionalista de la Comunicación

En las ciencias de la comunicación, el funcionalismo establece que los medios de comunicación generan un efecto sobre el receptor quien posee necesidades que los medios deben satisfacer. Los investigadores para que se desarrolle esta teoría midieron los efectos de las labores en relaciones públicas y utilizaron la persuasión como instrumento para cambiar la mentalidad, y así mejorar la imagen de las organizaciones políticas, públicas o privadas que hacían uso de estas técnicas de manera empírica (Escobar, 2012).

Esta teoría que estudia los efectos de los medios masivos con relación a la sociedad desde un punto de vista individual como global está asociada a diferentes autores que consideran la comunicación parte característica de la vida y organización estable y aporta a mi tema porque ayuda a entender las reacciones ante un contenido publicado en la página oficial de Facebook y medir el impacto del mensaje comunicativo.

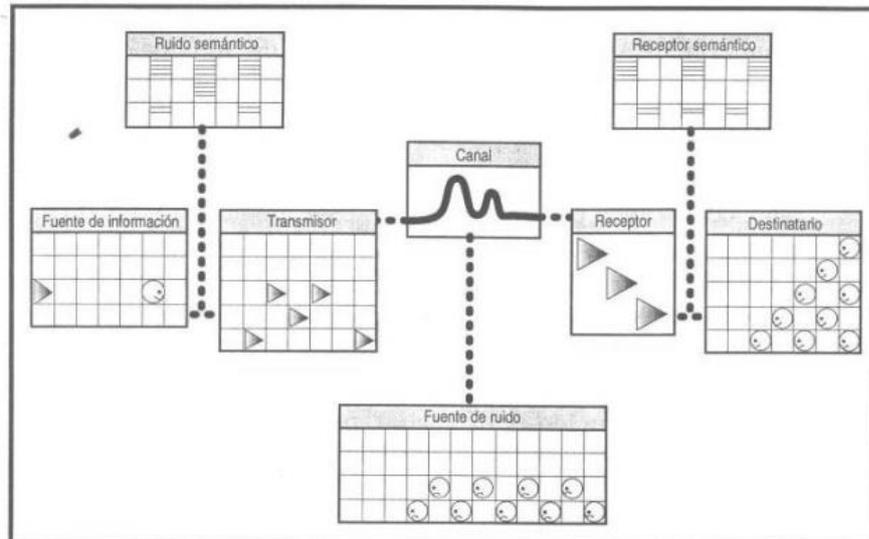
Modelo de Shannon y Weaver

Según Galeno (1997) citado por Octavio Islas (2008) en la Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación dice, que el trabajo desarrollado por Claude Shannon con Warren Weaver derivó el primer modelo de comunicación de la llamada “teoría matemática de la comunicación”, los autores reunieron conceptos tales como: información, fuente, mensaje, transmisor, señal, canal,

ruido, receptor, destino, probabilidad de error, codificar, decodificar, ruta de la información, capacidad del canal.

Figura 1

Modelo Shannon y Weaver



Nota: Explicación del Modelo Shannon y Weaver, con todos los elementos.

Fuente: Galeno.1997:26

Se trata de un modelo de comunicación pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las maquinas, especialmente, las máquinas electrónicas. Cuando Shannon habla de información se trata de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje.

El modelo aplica a cualquier mensaje independiente de su significación. Esta teoría permite, sobre todo, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio.

El propósito de este modelo

Mejorar la eficacia en la transmisión de información, a través de:

- 1) La velocidad en la creación y transmisión de los mensajes.
- 2) La capacidad de los canales de la comunicación
- 3) La codificación eficaz de los mensajes, que evite la ambigüedad y los ruidos entre emisor y receptor

Según Galeano (1997) está es la definición de los elementos del modelo de Shannon y Weaver:

- a) **La fuente:** es el elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número, comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, el parlante de la radio o de la TV.
- b) **Ruido semántico:** es una perturbación generada por el transmisor de un mensaje al utilizar frases, palabras o símbolos que generen ambigüedad.
- c) **El transmisor:** es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así, en nuestro ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

- d) El canal:** es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de micro-ondas utilizada por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.
- e) El ruido:** es un perturbador, que parasita en diverso grado la señal durante su transmisión: “nieve” en la pantalla de TV, fritura o lloro en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede.
- f) El receptor:** también aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y vehiculizado por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor, que es llamado destinatario. Es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.
- g) Receptor semántico:** son las nuevas pérdidas o perturbaciones debido a la mayor o menor capacidad del receptor.
- h) El destinatario:** constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de personas audiencia de radio o de TV.

Este modelo desarrollado es uno de los más influyentes ya que la importancia radica en generar una idea para disminuir los ruidos en cuando se transmite la información.

Teoría Estructuralista de la Comunicación

Cuando se define el término comunicación nos encontramos con dos significaciones: una estructuralista donde gente, mensaje y realidad interaccionan para ocasionar un entendimiento; y otra sistémica, que esquematizó Harold Laswell en un proceso según el cual A envía mensajes a B y provoca en éste un efecto (Rojas, 2008)

La teoría estructuralista también aporta a mi tema porque se entiende que los medios de comunicación afirman que los sentidos enseñan y los medios de comunicación son modalidades de transmisión de contenidos informativos. Además, se determina que el estructuralismo se basa en el estudio de modelos o estructuras que rigen los fenómenos humanos y un sistema de coherencia de signos lingüísticos en la construcción del lenguaje.

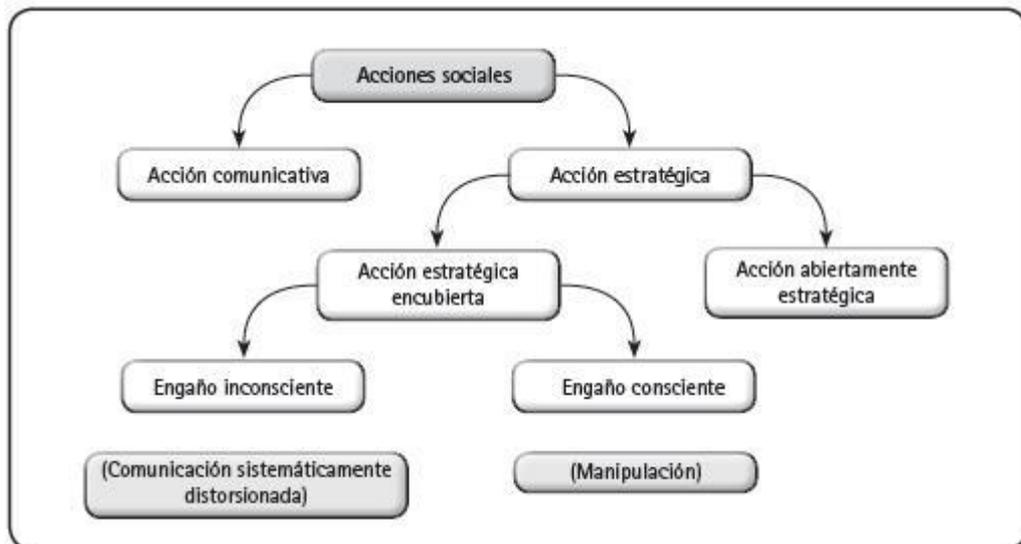
Modelo Jürgen Habermas

Habermas pertenece a una corriente filosófica denominada la teoría crítica se desarrolla en Alemania a lo largo de del siglo XX cuyo objetivo central es; investigar la relación de las ciencias sociales y las ideologías intentando mostrar que en cualquier actividad humana y la ciencia lo es, siempre abra intereses. Y sobre la acción comunicativa menciona que todo mensaje comunica y por ende genera una reacción.

El modelo de Jürgen Habermas en su teoría de acción comunicativa de carácter filosófico, sociólogo y político donde guarda una relación con la teoría lingüística, comunicativa e interpretativo de la realidad social y organizacional en donde las prácticas sociales del mundo de la vida pública y privada no sean de exclusión sino de inclusión de los individuos o sujetos que la componen, por cuanto están en la capacidad de hablar e interactuar según su criterio.

Figura 2

Acciones sociales de Habermas



Nota: La figura representa el modelo de Habermas

Fuente: Artículo de la Universidad Federal del Ceará, Brasil

Habermas pretende hacerle un sitio a la teoría crítica dentro de la propia teoría del conocimiento. Los artículos recogidos en la lógica de las ciencias sociales nos dejan constancia de las reflexiones de Habermas sobre las limitaciones de las ciencias hermenéuticas, material preparatorio para Conocimiento e Interés; pero, al mismo tiempo, ya se empieza a evidenciar cómo los esfuerzos de fundamentación

de las ciencias sociales por Habermas van más allá de la justificación de un interés cognoscitivo emancipatorio (Alútiz, 2010, p. 97).

Habermas defiende que los medios de comunicación liberan los procesos de comunicación de la perspectiva que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo, y virtualmente hacen surgir espacios de opinión pública, implantando la simultaneidad abstracta de una red siempre presente con contenidos muy alejados en el tiempo y en el espacio, y ofreciendo los mensajes a la disposición de cualquier usuario global presente y futuro (Domínguez, 2008).

LA RACIONALIDAD COMUNICATIVA Y LA CRITICA AL FUNCIONALISMO

“La Teoría de la Acción Comunicativa” es una obra compuesta por dos volúmenes titulados “Racionalidad de la acción y racionalización social” y “Crítica de la razón funcionalista”. En este trabajo, Habermas realizó un análisis detallado sobre la teoría de la acción y sus fundamentos racionales en torno a tres tópicos: en primer lugar, analizar y construir una concepción de racionalidad de la acción más allá de los principios individuales y subjetivistas imperantes en el pensamiento de la época. Luego, analizar la concepción de una teoría comprensiva de la interacción social a través del análisis integrado de dos niveles paradigmáticos definidos como “mundo de la vida” y “sistemas sociales”. Finalmente, analizar los fundamentos de una nueva teoría crítica de la modernidad vislumbrando nuevos escenarios para reconstruirla en torno a las finalidades estipuladas en sus orígenes en la época ilustrada (Vergara, 2011. Pág. 6).

MARCO CONCEPTUAL

Los conceptos expuestos a continuación son obtenidos mediante investigaciones en libros, artículos y páginas web.

Contenido

Según Jorge Josué Tum (2011), “La creación del contenido es el activo más importante de los medios de comunicación, esta es la piedra fundamental que te dará acceso directo a la construcción de una audiencia que luego se convertirán en sus clientes” (p.11).

Mientras que para Arianna Silva (2021), la difusión o distribución de contenidos es el proceso de compartir, publicar y promocionar tu contenido.

La publicación de contenidos es fundamental para cualquier institución u organización, el mismo que debe ser excepcional que atraiga la atención de la audiencia o público objetivo y los mantenga interesados.

Redes sociales

Según Fresno las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de redes políticas), desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias (Fresno Chávez, C. 2018, p 63).

Mientras que para (Herrera, 2012) las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la

sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica.

Facebook

Según Pighin (1996), entre las redes sociales existentes, Facebook es considerada la más popular y la de mayor alcance. Su alta aceptación entre los internautas y su crecimiento en cantidad de usuarios a nivel mundial en los últimos años favoreció su incorporación a los programas de comunicación en las organizaciones.

Y para Behrens, Jennifer L. (2008), el Facebook permite compartir observaciones, preocupaciones y sugerencias ante la información o mensajes enviados o publicados, permitiendo así optimizar, de cierto modo, el funcionamiento del proceso de comunicación a través de la interacción ya que evita que se produzcan malos entendidos en el pasaje de la información, logrando aclarar el verdadero significado del mensaje.

Mensaje

Según Gardey (2011), un mensaje es un recado que una persona envía a otra, también es el conjunto de los signos, símbolos o señales que son objeto de una comunicación y el mensaje, por lo tanto, es el contenido de la comunicación puede entenderse como el objeto de la comunicación.

Y Coelho (2017), dice que puede usarse como sinónimo de recado, noticia o comunicación; para referirnos al sentido profundo de una obra artística o intelectual, o en alusión al discurso público de una autoridad, como un jefe de Estado.

Mensaje visual

Según Nediger (2020), el mensaje visual está encarga de utilizar los elementos visuales para emitir un mensaje, atraer cambios o emociones en lo cual incluye el diseño de comunicación, que consiste en redactar un mensaje que motive y llame la atención.

Y Támara (2005), “menciona que el mensaje visual debe articular los diferentes elementos que componen los mensajes y su relación de elementos de imágenes con la idea que se quiera transmitir”.

Mensaje auditivo

Según Castillo (2014), el mensaje auditivo es aquel por el cual podemos comunicarnos por medio del sonido. El mensaje auditivo se utiliza como signo la palabra hablada y precisa un emisor y un receptor que tengan la capacidad de hablar y de oír.

Según Bermúdez (2018), “el mensaje auditivo llega a través del oído, recuerdan más fáciles sonidos, música en una situación dada, las palabras o frase que alguien dijo, etc. En su forma de hablar utilizan con frecuencia expresiones relacionadas con este sentido”.

Comunicación

Desde tiempos remotos, el hombre ha desarrollado habilidades inimaginables pero reales que han hecho de éste un ser interesante y valioso dentro de un mundo que se ha convertido en la caja de hechos relevantes que perjudican y benefician al mismo ser. La persona capaz de mantener una comunicación

interpersonal asertiva, contribuye al bienestar y calidad de vida de sí misma y de los demás (Gómez & Simón, 2016).

Y según Peiró (2021), “es expresar lo que sienten, organizarse en sociedad, preguntar, resolver sus dudas y llegar a acuerdos eficaces, además, la comunicación se puede poner en práctica a través de un lenguaje verbal o no verbal”.

Audiencia

Según Orozco (1996), “las audiencias se van haciendo de distintas maneras, aunque quizá la predominante sea la manera auspiciada por los mismos medios: audiencias pasivas, acrílicas, simplemente espectadoras”.

Y para Castillo (2016), “es el conjunto de personas que han estado en contacto con un medio de comunicación durante un periodo o tiempo limitado”.

Color

Según Lossada (2012), el color es la estrategia para manejar y apreciar la coloración como un ente y como una herramienta de trabajo capaz de interactuar de infinitas formas con otros colores, superficies y los espacios ocupados.

De acuerdo con Muñoz (2013) el color es “la sensación producida por las radiaciones luminosas tras su absorción en la retina y posterior procesamiento a nivel cerebral para hacerlo consciente” (p.66).

Línea gráfica

La línea gráfica es “conjunto de características gráficas definidas que distingue una marca, es decir un el logotipo, las tipografías, los colores, etc. No es solo una cuestión de estética o de diseño: se trata de cómo se quiere que los clientes recuerden” (Katherine Lesmo,2019, párr.1.).

Según Mendoza es la comunicación o identidad visual, es el contenido que mostraremos a nuestro público por medio de imágenes. Estilo, estructura, colores, formas que queramos darle a nuestra marca, además de la publicidad (Mendoza, 2018).

Impacto

Según Liberta (2007), “El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general también se puede verse como un cambio en el resultado de un proceso (producto)”.

Mientras que Novella Hernández (2007), define como agrupaciones humanas por parte de actividades que alteran los modos de vida, de trabajo, de juego, de relacionarse; alteran también necesidades, aspectos culturales afectando en las normas, costumbres, tradiciones, creencias y valores.

Institución

Una institución es un tipo especial de estructura social que implica reglas potencialmente codificables y normativas (evidentes o inherentes) de interpretación y comportamiento (Hodgson, 2011).

Es una forma de organización social, sea de tipo privada o pública, que cumple una función específica en la sociedad, y que obedece a unas normas y una estructura de roles que sus miembros deben respetar para cumplir su misión (Significados, 2013).

Institución Pública

Incluye poder judicial, poder legislativo, instituciones autónomas de educación superior, así como otras de interés público y de carácter no educativo, y

cualquier otra institución que opere con fondos y/o patrimonios públicos (Romero, 2020).

Para ser una institución pública debe cumplir con un conjunto de requisitos para constituirse en un apoyo efectivo a la toma de decisiones y a la rendición de cuentas públicas (Bonney, 2005).

Institución Privada

Estas instituciones dependen y reciben aportes de personas que tiene algún interés por desarrollar una actividad para ser beneficiados o beneficiar a una comunidad también, financian por medio de tasas, cotizaciones o donaciones de sus miembros o patrocinadores y con subvenciones concedidas por empresas y administraciones públicas (Frascati, 2020).

Según Zárate las instituciones privadas “tienen socios que contribuyen dando dinero con fines de lucro que propiedad de inversionistas particulares” (Zárate, 2015).

Institución Gubernamental

Proporciona un servicio público a la ciudadanía y su gestión suele estar a cargo del Gobierno en funciones, aunque en algunos casos se le brinda cierta autonomía nombrando a gestores independientes al mando de la institución (Westreicher, 2022).

En general, los servicios provistos por las agencias gubernamentales son gratuitos y se sostienen mediante impuestos y otros ingresos recibidos por el Estado (Definista, 2018).

Imagen

La imagen no sólo constituye un tipo de representación icónica que goza de un extenso uso cultural y una dilatada trayectoria histórica como medio de expresión y de comunicación, sino que además conforma –dentro del repertorio de las fuentes de información iconográficas– una morfología específica y un tipo documental característico (LACRUZ, 2010).

Una imagen puede buscar simplemente representar la realidad o, más bien, tener una función simbólica, con una determinada carga significativa en su contexto cultural también puede significar estatua o pintura de un personaje sagrado (Significados, 2013).

Imagen Mental

Según Silva (2009) una imagen mental es concebida como una representación de origen perceptivo o del recuerdo de una experiencia que puede haber sido imaginada o vivida. Constituye un producto sensorial y perceptivo del cerebro, representado en la mente y caracterizado por la variedad de formas, colores o temáticas (p5).

Marks (1983), que define la imagen mental como “una experiencia cuasi-perceptual que ocurre cuando están ausentes todos o parte de los estímulos representados” (p. 114).

Imagen Visual

Burset (2009) la imagen visual es aquella que percibimos a través de la vista representada en un soporte, materia o medio. Imagen visual es una fotografía, una escultura, una pintura, una ilustración, un grabado o la propia interfaz de la pantalla del ordenador (párr.3).

Para Morentin, “las imágenes visuales se originan en la pretensión de dar cuenta de su variedad desde un único punto de vista” (Morentin, 2001).

Imagen auditiva

Según Machuca (2021), “las imágenes auditivas tienen el propósito de describir los sonidos, y también se definen en función de la intención y el estilo del escritor”.

Para Guerra (1993), “imagen auditiva proveniente de un espacio sonoro virtual monofónico y otro estereofónico y la comparación de ambos con un espacio sonoro virtual pseudo – estereofónico” (p. 288).

MARCO LEGAL

En la Constitución del Ecuador

Sección tercera;

Comunicación e Información

Art. 16.- Menciona que todas las personas tienen derecho a una comunicación libre en los ámbitos de interacción social por cualquier medio en su propia lengua y símbolos. Tiene acceso a las tecnologías de información y comunicación y al uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad (Constitución, 2008).

Art.17.- Estado garantizará métodos transparentes y en igualdad de condiciones para la gestión de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo (Constitución, 2008).

Art. 18.- las personas tiene derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley (Constitución, 2008).

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos que eduquen y resalten la cultura para fomentar la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente (Constitución, 2008).

Art.20.- El Estado garantizará el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes trabajen en cualquier área de comunicación. La cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación (Constitución, 2008).

Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador

Mencionando a la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador;

Título II

Principios y derechos

Capítulo I Principios

Art.16.- Menciona que los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público (LOC, 2019).

Capítulo II; Derechos a la comunicación

Sección I

Derechos de libertad

Art. 17.- Menciona sobre el derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el

derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones (LOC, 2019).

Art.18.- Se prohíbe la censura previa por parte de una autoridad que en ejercicio de sus funciones o en su calidad apruebe o desapruebe los contenidos previos a su difusión en medio de comunicación (LOC, 2019).

Art. 19.- La responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales por difundir a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos establecidos en la ley (LOC, 2019).

Art. 20.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a una persona (LOC, 2019).

COOTAD

Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización

Capítulo IV

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural

Sección Primera

Naturaleza jurídica, sede y funciones

Art.64.- Menciona las siguientes funciones; promover el desarrollo sustentable para garantizar el buen vivir, implementar un sistema de participación ciudadana que demuestre la gestión democrática, realizar en forma permanente el seguimiento y rendición de cuentas, fomentar la inversión de cuentas y el desarrollo económico popular y solidario y promover al sistema de protección integral (COOTAD, 2010).

Título VI

Recursos financieros de los Gobiernos Autónomos Descentralizados

Capítulo I

Normas Generales

Art.168.- Dice que la información que tenga que ver con programación, formulación, aprobación, ejecución y evaluación del presupuesto será pública a través de la página web o medios de comunicación y GADPR, que por no disponen de un manejo web institucional, deberán usar medios apropiados a sus condiciones para informar a la audiencia (COOTAD, 2010).

MARCO GEOREFERENCIAL

La zona delimitada para la parroquia San Lorenzo se enmarca de color naranja y de color azul la zona postal que coincide con el área de la Parroquia

Figura 3

Mapa de la parroquia de San Lorenzo



Nota: Mapa de la zona postal de San Lorenzo, Guaranda-Bolívar

Fuente: Figura referencial sacado de la web

Según la Alcaldía de Guaranda (2019-2023), San Lorenzo es una parroquia rural del cantón Guaranda, provincia de Bolívar, cuenta con un pequeño centro poblado rodeado de abundante naturaleza y cultivos agrícolas, formado por aproximadamente quince comunidades, cada 2 de junio se celebra la parroquialización y actualmente tiene 488 años se dice que la existencia de la Parroquia es anterior a la de los Incas y que fue fundada luego por Sebastián de Benalcázar Sebastián de Belalcázar.

(Sebastián de Belalcázar o Benalcázar; Belalcázar, 1480 - Cartagena de Indias, 1551) fue enviado a Piura con el cargo de teniente gobernador; luego organizó por su cuenta la expedición de Quito, ciudad que había sido destruida por el general Inca Rumiñahui, y allí tuvo que hacer frente a la resistencia india. Logró sus propósitos en 1533 y quedó con plenos poderes en Quito, ciudad que cambió su emplazamiento y fue llamada San Francisco, en honor de Pizarro. A partir de entonces se dedicó a la exploración y colonización de los territorios de la zona y a la fundación de nuevas ciudades(Fernández,2004).

La Parroquia se encuentra a 2610 m.s.n.m. con una temperatura media de 16 grados centígrados, además posee una de las dos iglesias más antiguas de la Provincia, las viviendas son una mezcla de construcción serranas con costeñas y su gente se identifica por la vocación musical ya que la mayoría de habitantes al menos saben entonar un instrumento musical sin descartar a grandes y pequeños ganaderos agricultores y emprenderos que hacen de un pueblo tranquilo, de gente amable y acogedora.

También, en este pueblo, como en muchos lugares de la provincia de Bolívar se celebran varias fiestas religiosas y culturales, entre las principales se destacan las siguientes:

- Gallo Compadre, se celebra en Carnaval.
- Los Monos de Corpus Cristi, celebración tercera semana de junio.
- Patrón San Lorenzo, fecha de celebración 10 de agosto.
- Virgen de los Remedios, celebración última semana de agosto.

- Santa Cecilia, virgen de los músicos, celebración tercera semana de noviembre.
- Jesús del Gran Poder, celebración última semana de noviembre.

Atractivos y lugares turísticos

- Las piedras escritas por los Incas
- La Gruta del Padre Santo
- Los molinos de agua
- La vía de los Santos
- La cascada de Pacay

Por lo tanto, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San Lorenzo debe regirse al desarrollo y bienestar de la parroquia ya que goza de autonomía política, administrativa y financiera, y se rigen por los principios de solidaridad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva

Según varios autores en la revista Recimundo, mencionan que la investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes (Alban, Arguello, & Molina, 2020).

Esta investigación es de tipo descriptiva puesto que permite detallar y describir las situaciones de los contenidos difundidos en la página oficial del Facebook del GADPR San Lorenzo.

Bibliográfica

Esta investigación también es bibliográfica, porque es importante acudir a libros, artículos científicos, folletos, páginas web y revistas para obtener resultados que puedan ser base o guía en el desarrollo de la investigación.

Según Andreina Matos (2020), considera que la investigación bibliografía es paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio.

Investigación de campo

Según Elizondo López citado por Alberto Cajal, indica que una investigación de campo está compuesta de fuentes de datos basadas en los hechos que se producen espontáneamente en el entorno del investigador y aquellos permite solventar la necesidad para llevar a cabo la investigación en un ambiente real.

Dicha investigación tiene como fin la investigación directa, es decir que se la realizó en el lugar y tiempo que sucede los fenómenos del objeto de estudio.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es cuanti-cualitativa reflejada en cada enfoque de soporte en el procesamiento de los datos obtenidos en la investigación;

Enfoque Cuantitativo

Metodológicamente, el enfoque cuantitativo de investigación se caracteriza por privilegiar la lógica empírico-deductiva, a partir de procedimientos rigurosos, métodos experimentales y el uso de técnicas de recolección de datos estadísticos (Sarmiento,2019).

Porque se adquirió conocimientos fundamentales y se aplicó un modelo de encuesta la cual permitió conocer la realidad de una manera más imparcial, ya que se recogió y se analizó datos estadísticos a través de conceptos y variables medibles.

Cualitativa

El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas (Mata, 2019).

Dentro de la investigación permitió estudiar la realidad del contexto natural y cómo sucede, interpretando fenómenos de acuerdo a la persona a quien se le aplicó la entrevista.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Analítico

Este método permitió analizar la información obtenida a través de los diferentes instrumentos aplicados a los distintos informantes e identificar los aspectos relevantes que conforman el tema de investigación; para lo cual se elaboró y se aplicó entrevistas y encuestas que permitieron recolectar información para entender la problemática planteada para posibles soluciones al problema.

El método analítico “permite la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos” (COCA, 2017).

Sintético

El método sintético es una forma de razonamiento científico con la finalidad de resumir los aspectos relevantes del proceso de investigación, en si busca hacer un resumen de lo analizado.

El método sintético es un “proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen” (Limón, 2007).

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Entrevista: Se aplicó la guía de entrevista al Ing. Elías Herrera presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de San Lorenzo, con el fin de conocer cómo se maneja los contenidos publicados en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo tomando en cuenta que los contenidos sirven como material informativo para la comunidad (audiencia). Además, esta técnica ayudó a determinar la calidad de los mensajes difundidos en la página oficial de Facebook con respecto al manejo de contenidos de la página.

Encuesta: Se aplicó a la parroquia de San Lorenzo, de forma particular a quienes son seguidores de la página oficial de Facebook del GAD, mediante la aplicación Google Drive, enlazada directamente en la red social Facebook de la Institución, en un rango de edad que va desde los 18 a los 60 años. Los datos obtenidos permitieron establecer el nivel de impacto que tiene los contenidos en la imagen institucional del GADPR de San Lorenzo y para medir el grado de satisfacción consistió en preguntas direccionadas al tema de investigación lo que sirvió para comprobar el problema y dar una posible solución.

INSTRUMENTO

Guía de entrevista: se diseñó considerando los principios teóricos de la investigación la cual se compone por diez preguntas las mismas que ayudaron al análisis de situaciones hipotéticas.

Cuestionario: las preguntas cerradas y abiertas fueron relacionadas a los contenidos difundidos por la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo.

El diseño salió de la operacionalizad de las variables y otras en función de cómo me permite comprobar la hipótesis.

UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA

Según datos del (INEC,2010), la parroquia de San Lorenzo cuenta con un total de 1.857 habitantes.

La página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo cuenta con un total de 584 seguidores.

Para esta investigación la población de estudio se consideró a los seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR San Lorenzo que son 584 por lo que no se aplicó ninguna fórmula para sacar el universo y la muestra.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Este trabajo de investigación es cuanti-cualitativo ya que se estableció las tipologías de tipo cuantitativo y cualitativo, el cual se aplicó durante el proceso de investigación con las variables de estudio como; Los Contenidos Difundidos en la Página Facebook e Imagen Institucional.

Cuantitativo: porque en este trabajo de investigación se aplicó encuestas a los seguidores de la página oficial de Facebook y una entrevista al Ing. Elías Herrera quien manipula la página oficial de Facebook del GADPR San Lorenzo.

Cualitativo: porque este trabajo de investigación arrojó el ente numérico de las encuestas y entrevista que se aplicaron, para obtener respuestas ante el objeto de estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Encuesta dirigida a los seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo, con el fin de establecer el nivel de impacto que tiene los contenidos en la imagen institucional del GADPR de San Lorenzo en la audiencia.

Tabla 3

Edad

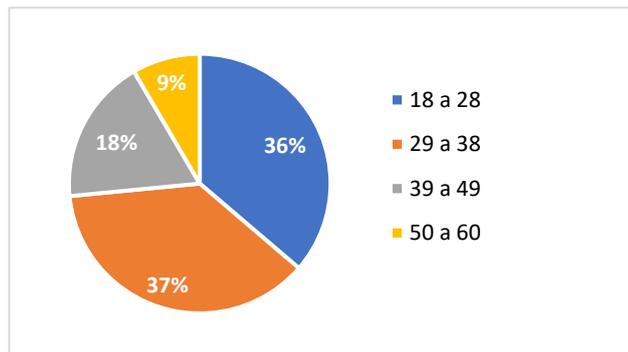
Pregunta	Frecuencia	%
18 a 28	212	36%
29 a 38	217	37%
39 a 49	106	18%
50 a 60	49	9%
Total	584	100%

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 1

Edad



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Esto refleja que la mayoría de seguidores tiene entre 39 a 49 años de edad, seguida, con una mínima diferencia de 16 a 38 años de edad, por lo que se puede indicar que la mayoría de seguidores son personas adultas.

Tabla 4

Género

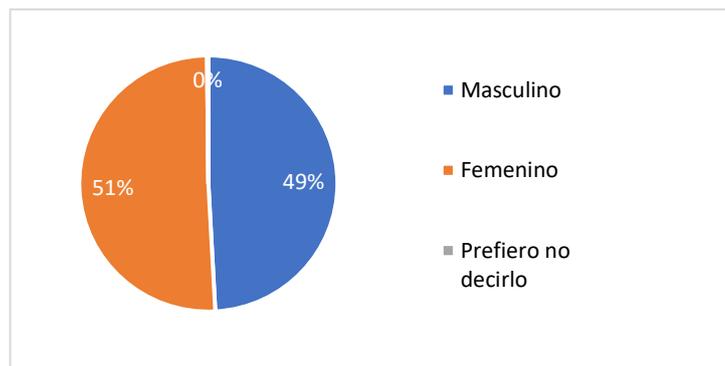
Pregunta	Frecuencia	%
Masculino	287	49 %
Femenino	296	51 %
Prefiero no decirlo	1	0%
Total	584	100 %

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 2

Género



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Entre los seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo, existe un equilibrio en la audiencia en lo que se refiere al género mantiene una mínima diferencia entre hombres y mujeres.

1.- ¿Con qué frecuencia sigue la página oficial del GADPR de San Lorenzo?

Tabla 5

Frecuencia con la que siguen la página de Facebook

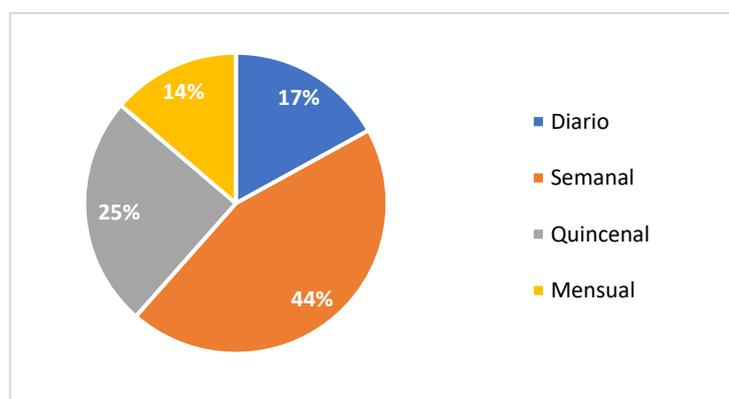
Pregunta	Frecuencia	%
Diario	99	14%
Semanal	260	44%
Quincenal	145	25%
Mensual	80	14%
Total	584	100%

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 3

Frecuencia con la que siguen la página de Facebook



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos destacan que la mayoría de seguidores revisan la página del GADPR San Lorenzo cada semana, con una diferencia de porcentaje indican que quincenal revisan la página oficial de Facebook, por ende, es aceptable que se publique contenido cada semana o cada quince días.

2.- ¿De qué forma interactúa en la página oficial de Facebook del GADPR San Lorenzo?

Tabla 6

Interacción en la página oficial de Facebook

Pregunta	Frecuencia	%
Like	256	43,8%
Comenta	148	25,3%
Comparte	87	14,9%
Ninguna	93	15,9%
Total	584	100%

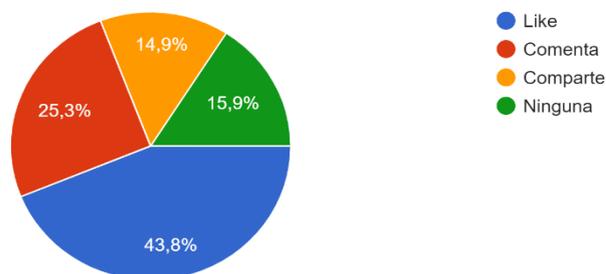
Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 4

Interacción en la página oficial de Facebook

584 respuestas



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos reflejan que la mayoría de seguidores interactúan mediante un like en los contenidos difundidos en la página de Facebook del GADPR San Lorenzo, mientras que la interacción de comentarios y comparticiones son la minoría, un porcentaje que supera al de compartición de contenidos señalan que no interactúan de ninguna forma. Por lo cual el GAD debe tomar en cuenta el número de likes que tiene cada contenido para confirmar si los seguidores se interesan o receptan la información publicada de manera oportuna.

3.- ¿Revisa a profundidad todo el contenido que sube el GADPR San Lorenzo a la página de Facebook?

Tabla 7

Revisión de contenidos

Pregunta	Frecuencia	%
Si	206	35,3%
No	117	20%
A veces	261	44,7%
Total	584	100%

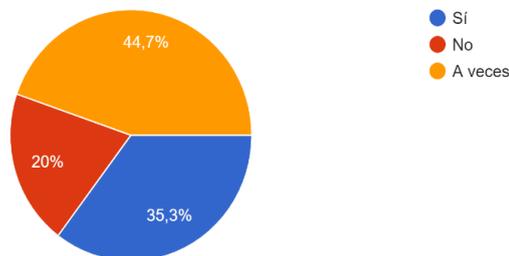
Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 5

Revisión de contenidos

584 respuestas



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos destacan que la mayoría de seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR San Lorenzo a veces revisa a profundidad todo el contenido por lo tanto se puede intuir que la mayoría de la audiencia está interesada en revisar los contenidos publicados.

4.- ¿Qué le llama la atención de lo que se publica en la página oficial Facebook del GADPR San Lorenzo?

Tabla 8

Interés de la publicación

Preguntas	Frecuencias	%
Noticias	202	34,6%
Fotografías	142	24,3%
Videos	179	30,7%
Ninguna	61	10,4%
Total	584	100%

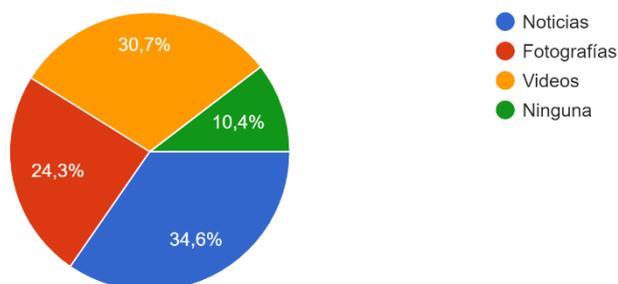
Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 6

Interés de la publicación

584 respuestas



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

En esta pregunta los datos reflejan que a la audiencia le llama más la atención las noticias que publica el GADPR de San Lorenzo, por lo cual es necesario y aceptable que usen correctamente las características y parámetros ante una publicación en la página de Facebook.

5.- ¿Del 1 al 5 que tan oportuna es la información que publica el GADPR San Lorenzo en la página de Facebook?

Siendo: 1 nada oportuno, 2 menos oportuno, 3 y 4 medianamente oportuno y 5 el más oportuno

Tabla 9

Información oportuna

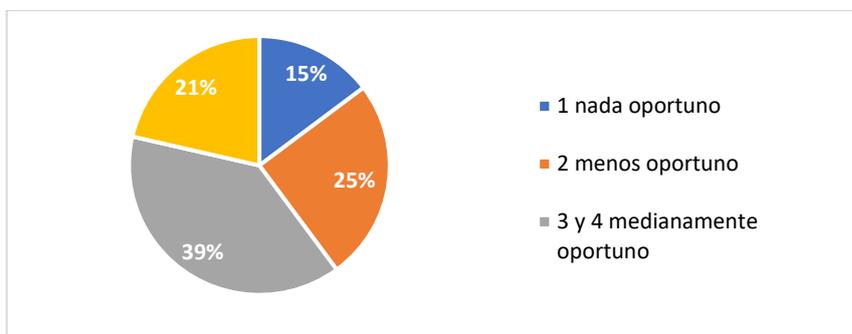
Preguntas	Frecuencias	%
1 nada oportuno	86	15%
2 menos oportuno	147	25%
3 y 4 medianamente oportuno	226	39%
5 el más oportuno	125	21%
Total	584	100%

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 7

Información oportuna



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Esto demuestra que los seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo consideran que la información publicada es medianamente oportuna, con una mínima diferencia indican que la información es menos oportuna por lo cual, es aceptable que mejoren, actualicen y utilicen nuevas estrategias de comunicación para la difusión de contenidos.

6.- ¿Del 1 al 5 que tan eficaz es la información que publica en la página oficial de Facebook el GADPR de San Lorenzo?

Siendo: 1 nada eficaz, 2 menos eficaz, 3 y 4 medianamente eficaz y 5 el más eficaz

Tabla 10

Información eficaz

Preguntas	Frecuencias	%
1 nada eficaz	131	22%
2 menos eficaz	232	40%
3 y 4 medianamente eficaz	146	25%
5 el más eficaz	75	13%
Total	584	100%

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 8

Información eficaz



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos destacan que la mayoría de seguidores consideran menos eficaz, con una diferencia indican que es medianamente eficaz los contenidos que publica la institución, es decir, que no es eficaz la información que publica el GADPR de San Lorenzo en la página de Facebook por lo cual, es necesario y aceptable que la difusión de contenidos sea inmediata para que la audiencia esté actualizada de manera más eficaz.

7.- ¿A su criterio las publicaciones realizadas en la página de Facebook del GADPR de San Lorenzo son de interés público?

Pregunta abierta

Imagen 1

Criterio de las publicaciones

Si como comunidad estamos inmersos en cada uno de lo proyectos que estan encaminados al bienestar de toda la comunidad.
No porque no hay cosas interesantes
No porque nunca publican lo que en realidad pasa
no informa en su totalidad
SI POR QUE SE MUESTRA LAS OBRAS REALIZADAS
Si, porque nos ayuda a estar informados de lo que pasa en San Lorenzo
si porque refleja lo que hacen
No porque no informan bien

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos en esta pregunta abierta indican la mayoría de seguidores que las publicaciones realizadas en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo no son de interés público porque no cumplen con las características necesaria para llamar la atención a la audiencia, un mínimo de seguidores indican que los contenidos si son de interés público por lo cual es necesario y aceptable mejorar las publicaciones mediante una buena redacción, imágenes de buena calidad, capsulas informativas, enlaces a aplicaciones externas y consistencia con la identidad visual para que la audiencia tenga interés en los contenidos publicados.

8.- ¿A su criterio cuál es la imagen institucional que proyectan el GADPR de San Lorenzo a través de las imágenes, actividades y descripciones que mantiene en su página oficial de Facebook?

Tabla 4

La imagen institucional que proyecta el GADPR San Lorenzo

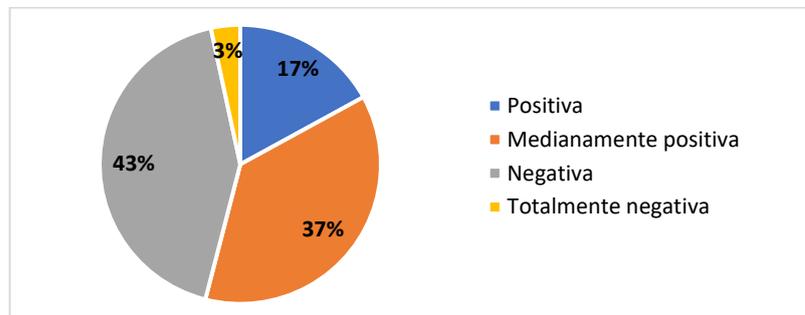
Pregunta	Frecuencia	%
Positiva	106	17%
Medianamente positiva	231	37%
Negativa	266	43%
Totalmente negativa	21	3%
Total	584	100%

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 9

La imagen institucional que proyecta el GADPR San Lorenzo



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e interpretación

Los datos obtenidos destacan que la mayoría de seguidores consideran negativa la imagen institucional que proyectan el GADPR San Lorenzo a través de las imágenes, actividades y descripciones que mantiene en su página oficial de Facebook, con una mínima de diferencia indican que la imagen institucional es medianamente positiva, por lo cual es recomendable mejorar la imagen institucional a través de los contenidos difundidos,

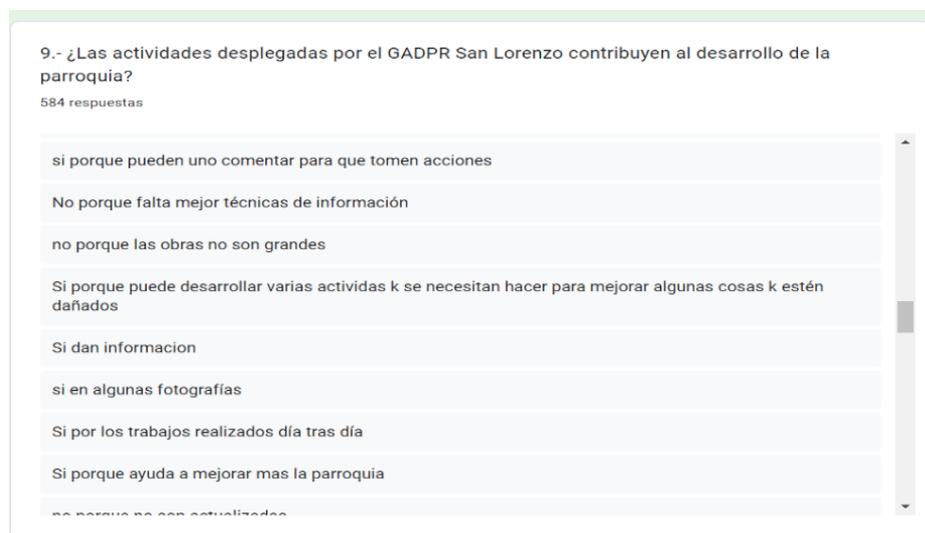
usan nuevas estrategias comunicacionales.

9.- ¿Las actividades desplegadas por el GADPR San Lorenzo contribuyen al desarrollo de la parroquia?

Pregunta abierta

Imagen 2

Actividades desplegadas por el GADPR de SAN Lorenzo



9.- ¿Las actividades desplegadas por el GADPR San Lorenzo contribuyen al desarrollo de la parroquia?
584 respuestas

- si porque pueden uno comentar para que tomen acciones
- No porque falta mejor técnicas de información
- no porque las obras no son grandes
- Si porque puede desarrollar varias actividas k se necesitan hacer para mejorar algunas cosas k estén dañados
- Si dan informacion
- si en algunas fotografías
- Si por los trabajos realizados día tras día
- Si porque ayuda a mejorar mas la parroquia
- no porque no son actualizados

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e interpretación

Los datos obtenidos en esta pregunta abierta indican que la mayoría de actividades contribuyen al desarrollo de la Parroquia, con un mínimo de porcentaje indican que las actividades no contribuyen al desarrollo porque indican que se focalizan solo por el beneficio de ciertos sectores y se excluye a otros, existe una mala administración de los recursos que se poseen, las quejas y sugerencias que los ciudadanos realizan no son atendidas, existe imparcialidad y favoritismo frente a

las peticiones por lo que es necesario y aceptable realizar actividades que contribuyan mejor al desarrollo de toda la Parroquia.

10.- ¿Con qué frecuencia considera importante que los contenidos se publiquen o actualicen la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo?

Tabla 12

Frecuencia de publicaciones

Pregunta	Frecuencia	%
Diario	202	34,6%
Semanal	235	40,2%
Quincenal	85	14,6%
Mensual	62	10,6%
Total	584	100%

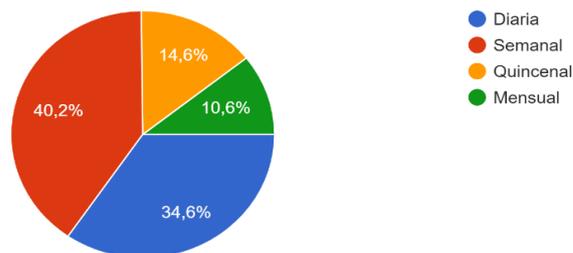
Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Gráfico 10

Frecuencia de publicaciones

584 respuestas



Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Fuente: Seguidores del GADPR San Lorenzo

Análisis e interpretación

Los datos obtenidos destacan que la mayoría de seguidores consideran importante que las publicaciones se actualicen cada semana en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo, con una mínima diferencia indican que diario se

actualice la página, por ende, es aceptable e importante que se publique el contenido cada semana.

ENTREVISTA REALIZADA

La guía de entrevista consta de diez preguntas la cual fue dirigida a la persona encargada de manejar la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo

Entrevistado

Ing. Elías Herrera

Presidente del GADPR de San Lorenzo

Administración: 2019-2023

Preguntas y repuestas

Pregunta. 1.- ¿La persona que maneja los contenidos de la página oficial del GADPR de San Lorenzo ha recibido capacitación para la actividad que desarrolla, en que áreas se ha capacitado?

R.- Se ha tenido una sola capacitación general, en la cual se topó en punto de redes sociales como canal informativo, esto fue al inicio de la administración. Pero estoy consciente que faltan más capacitaciones que por motivos de recursos económicos no se ha realizado.

Pregunta. 2.- ¿Con qué periodicidad se actualiza la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo?

R.- El tiempo de actualización de contenidos es de acuerdo a la culminación de trabajos o actividades que se vaya realizando con la maquinaria o acciones

relevantes que se logra gracias a la petición del GADPR San Lorenzo, por lo general es cada mes que se suben contenidos informativos a la página.

Pregunta 3.- ¿Cuáles son los parámetros que valora para una publicación en Facebook?

R.- El parámetro que más se ha tomado en cuenta es que el contenido subido sea informativo y general con la finalidad que comunique la realidad de lo que se está haciendo.

Pregunta.4.- ¿Considera que la página de Facebook del GADPR de San Lorenzo es aceptada por la Parroquia?

R.- Sí, hay un nivel de aceptación en el contenido informativo, porque se ha evidenciado que hay interacciones positivas como: “sigan adelante, bien por las autoridades de turno, entre otras”, también vale recalcar que hay un porcentaje de ciudadanos de la Parroquia que no acceden o aceptan a la página de la institución como en todo lado.

Pregunta.5.- ¿Cuáles son las características que usted toma en cuenta para emitir un mensaje en la página oficial de Facebook del GADPR San Lorenzo para mantener imagen institucional positiva?

R.-Se ha tomado en cuenta; el nivel y el nombre de la institución, la importación de actividades y trabajos, se ha resaltado nombres de organizaciones o comunidades sin mencionar nombres de autoridades que conforman el GADPR de San Lorenzo.

Pregunta. 6.- ¿Considera que la institución debe mejorar los contenidos difundidos en plataforma digital Facebook del GADPR de San Lorenzo para mejorar la imagen institucional?

R.- “En lo personal soy una persona cambiante porque uno no se nace sabiendo a lo largo de la vida se adquiere más conocimientos” y por ello considero que sí, se debe mejorar la estructura de los contenidos que se publican para realzar aún más la imagen de la institución del GADPR de San Lorenzo para lo cual se debe contar con una persona capacitada en el área

Pregunta. 7.- ¿La institución cuenta con una línea gráfica?

R.- No, no hay un en si una línea gráfica, pero como Gobierno Parroquial se tiene un esquema o bosquejo el mismo que es aceptado por la sede de consejo al inicio de la administración el mismo que se emite en oficios o cartas. En algunas ocasiones se acude a profesionales privados para un arte que debe ser publicado.

Pregunta. 8.- ¿Cree que los contenidos difundidos en la página oficial Facebook informan a la audiencia?

R.- Sí, porque se publica el contenido desde un punto vista informativo, pero la gente lo toma de acuerdo a la perspectiva que tienen o asume a su manera el contenido publicado.

Pregunta. 9.- ¿Cuán a menudo interactúa con la audiencia ante una publicación que sube a la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo?

R.-Se ha emitido interactuar con el público para evitar mensajes que puedan ser incómodos para el resto de seguidores, se ha optado mejor en ciertas ocasiones acercarse personalmente a la persona que emite comentarios que dañan la imagen de la institución para aclarar o solventarle malos entendidos.

Pregunta. 10.- ¿Considera usted que la herramienta Facebook es la más adecuada para informar a los ciudadanos de la parroquia de San Lorenzo?

R.-En una gran parte sí, porque la juventud está más colgada a las redes sociales y la facilidad de tener internet, pero también hay personas, sobre todo adultos mayores, que no usan a cabalidad estas herramientas y a ellos no les llega la información inmediata o verdadera.

Análisis Cualitativa de la Entrevista

- Con relación a la primera y sexta pregunta se asume que debe haber mayor capacitación para mejorar los contenidos difundidos en plataforma digital de Facebook del GADPR de San Lorenzo y contribuir para mejorar la imagen institucional por lo tanto se puede intuir que no se siente capacitado para publicar y manejar los contenidos en la página de Facebook del GADPR de San Lorenzo.
- Con respecto a la pregunta dos y tres el entrevistado manifiesta que la página se actualizada si las actividades son de mayor relevancia utilizando parámetros informativos por lo tanto la página no es actualizada oportunamente y se asume que no usan los parámetros correctos en la difusión de contenidos para que la información tenga mayor aceptación y credibilidad por la audiencia.
- Con relación a la pregunta cuatro y cinco el entrevistado menciona que hay un porcentaje de aceptación a la página de Facebook y las características que usan para emitir un mensaje no son adecuadas para que la audiencia tenga la facilidad de entender la nota informativa.
- Con relación a la pregunta siete y ocho el entrevistado afirma que no hay una línea gráfica, la carencia de esta característica no ayuda a potenciar la comunicación visual y reconocimiento de la misma.
- Con relación a la pregunta nueve el entrevistado menciona que no interactúa con la audiencia ante un criterio o comentario en una publicación subida por el GADPR San Lorenzo por lo tanto se puede intuir que no hay interacción

con la audiencia ante un comentario positivo, negativo o una duda que tenga la audiencia por lo que se puede asumir que la audiencia se sienta ignorada.

- Con relación a la pregunta diez el entrevistado menciona que la herramienta Facebook es adecuada para informar a la Parroquia de San Lorenzo por lo cual, es necesario implementar herramientas o métodos adecuados para informar a la ciudadanía que no cuenta con internet o no maneja una red social.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Luego de haber culminado el trabajo de investigación, aplicación, análisis e interpretación de las encuestas y entrevista realizadas a los seguidores de la página oficial de Facebook y al presidente del GADPR San Lorenzo quien manipula la red social además, gracias a los trabajos investigativos de varios autores académicos permitió sustentar y culminar con los objetivos planteados en el tema investigativo sobre los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook y su impacto en la imagen institucional.

Antes de publicar un contenido se debe tomar en cuenta; la transparencia con la que se va a publicar, respeto, neutralidad y objetividad que brinden aceptación e interacción entre la audiencia y la institución. Los contenidos subidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo carecen de características y parámetros como: imprecisión, línea una gráfica, interacción, desactualización, estructura, dimensiones, segmentación, redacción, periodicidad y calidad fotográfica por lo cual, los contenidos no son entendidos por la audiencia lo que genera un deterioro en la imagen institucional. Los contenidos deben ser afines tanto a los intereses de la institución como a los de la audiencia y los mensajes

deben incitar a los usuarios a actuar, fomentando el diálogo, la respuesta y la «viralización» de los mensajes (Moreno, 2017).

De los 584 seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo, el 43% indican que revisa cada semana los contenidos difundidos. Como consecuencia la actualización de contenidos no es oportunos, además, no son claros y precisos lo que genera inconformidad por lo seguidores e incide al deterioro de la imagen institucional del GADPR.

Para que la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo tenga un mayor número de aceptabilidad y seguidores debe mejorar los contenidos publicados para fortalecer la imagen de la institución. Cada institución puede incitar las reacciones positivas o negativas de parte de los usuarios generar confiabilidad o desconfianza todo depende de los contenidos. En preferencia para generar credibilidad las publicaciones se las deben realizar con elementos audiovisuales y fotográficos, en otras palabras, se debe publicar contenidos multimedia (Sarmiento J. , 2018).

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Tema

“Estrategias comunicacionales para mejorar los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook de GADPR de San Lorenzo que ayuden al fortalecimiento de la imagen institucional”.

Datos informativos

Responsables ejecutores

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Lorenzo

Beneficiarios

Directos: Junta Parroquial del GADPR de San Lorenzo

Indirectos: Ciudadanía en general y habitantes de la Parroquia

Ubicación

Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Dirección del GADPR de San Lorenzo: Manuela de Echeandía y García Moreno

Teléfono: 032-201007

ANTECEDENTES

El rol de la comunicación es crear una relación institucional en el ámbito político, social económico y cultural, por medio de la aplicación de estrategias comunicacionales dirigidas al público externo para establecer vínculos armoniosos e interactivos en beneficio de los intereses y objetivos institucionales.

Las estrategias de comunicación en el GADPR de San Lorenzo, surgen para dar respuesta al problema planteado en esta investigación, con el fin de mejorar los contenidos publicados en la página oficial de Facebook para de esta manera fortalecer la imagen institucional. Cabe indicar que el GADPR de San Lorenzo no cuenta con un departamento de comunicación y menos con personal capacitado en el área para que cumplan las funciones y responsabilidades como; planificación, organización, y evaluación de las actividades relacionadas con los contenidos difundidos en la página de Facebook que atribuyen a la gestión de la imagen institucional.

La institución no cuenta con un plan estratégico de comunicación, según el Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo quien señala que actualmente se trabaja, con los conocimientos adquiridos en su formación académica para el beneficio de todos, pero, está consciente que debe capacitarse en el área de comunicación para satisfacer las necesidades de la audiencia solo así se lograría proyectar una imagen positiva.

El diseño de estrategias de comunicación externa busca convertirse en uno de los actores más importantes de la institución que permita apoyar al cumplimiento del Plan Operativo Anual de GADPR de San Lorenzo para lograr el reconocimiento de

la audiencia, no solo por las actividades que realizan sino también por la imagen que proyectan. “La estrategia de comunicación va a ser el puente entre las grandes formulaciones o las políticas y su operativización práctica” (Contreras, 2006,p.12).

Partiendo de estos principios se plantea las siguientes estrategias comunicacionales que particularmente se centran en el mejoramiento de los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo dirigidas al público externo.

OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Fortalecer la calidad informativa de los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo que ayuden al mejoramiento de su imagen institucional

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DEL GADPR DE SAN LORENZO

Periodo agosto 2022 -enero2023

Estrategia	Tácticas	Acción	Temporalidad	Responsable
Implementar una línea gráfica institucional	Identificación de la Institución	<ul style="list-style-type: none"> Los contenidos publicados en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo deben contar con el logo y los colores que identifique la institución. 	Desde la renovación de la página, agosto 2022 hasta enero 2023	Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo, administración 2019-2023.

Segmentación de publicaciones	Aplicación del género informativo a través de la difusión de noticias periodísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción utilizando estructura de pirámide invertida (titular, lead, cuerpo y cierre). • Utilizar parámetros visuales adecuados como: hashtags, mayúsculas, minúsculas, negrillas. 	Actualización informativa de la página cada quince días	Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo, administración 2019-2023.
	Género de interpretativo	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de mini-reportaje a través de 	Publicación uno por mes	Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR

		<p>videos (utilizando el tiempo, peso y calidad de imagen)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento de la imagen (fotografías, imágenes, mapas, cuadros estadísticos que aporten a la noticia). Calidad de la imagen, número de pixeles 720 px, 960 px o 2048 px de ancho y en formato 		<p>de San Lorenzo, administración 2019-2023.</p>
--	--	---	--	--

	Género opinión	<p>JPG, con color RGB y menos de 15 MB</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redacción adecuada del pie de foto. • Redacción de un editorial que evidencie el pensamiento de la misión y visión de la gestión del GADPR de San Lorenzo 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación del editorial uno por semana 	<p>Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo, administración 2019-2023.</p>
--	----------------	---	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar una línea gráfica en la publicación del editorial para posicionar la imagen institucional 		
Segmento social	<p>Notas solidarias</p> <p>Saludos personalizados</p> <p>Saludos comunitarios</p> <p>Convocatorias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar una estructura de redacción corta (foto noticias) usando las características y parámetros adecuados de contenidos que 	Segmento que actualizará cada semana	Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo, administración 2019-2023.

		ayuden al fortalecimiento de la imagen institucional		
Evaluación de la página	Contenidos Imagen Interactividad	<ul style="list-style-type: none"> Medición del alcance por Facebook - Insights. 	Bi mensual	Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo, administración 2019-2023.

Elaborado por: Adriana Fares (2022)

Tabla 5:Plan Estratégico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Cronograma																									
No	Estrategias	Agosto				Septiembre				Noviembre				Diciembre				Enero							
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
1	Implementar una línea gráfica institucional																								
2	Segmentación de publicaciones																								
3	Segmento social																								
4	Evaluación de la página																								

PRESUPUESTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

PRESUPUESTO DEL PROYECTO				
ELEMENTO	TIPO DE RECURSO	UNIDAD	PRECIO	TOTAL
Recursos humanos	Convenios con instituciones	2	\$ 0.00	\$ 0,00
Papelería de oficina	Paquete papel bond 75gr	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Esferos	3	\$ 0,50	\$ 1,50
Recursos tecnológicos	Cámara semi- profesional	1	\$ 500	\$ 500
TOTAL:				\$ 503.50

CONCLUSIONES

- La población de San Lorenzo cuenta con 1.857 habitantes y la página oficial de Facebook del GADPR cuenta con 584 seguidores esto indica que no llega ni a la tercera parte de los habitantes, por lo tanto, la página no cumple la función de informar a los ciudadanos de la parroquia porque no brinda el interés debido a la información comunicativa.
- Los resultados del estudio demuestran que de los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook y su impacto en la imagen institucional del GADPR de San Lorenzo, son llevados de manera empírica generando un impacto negativo que va en detrimento de la imagen institucional
- El tratamiento informativo es inadecuado, debido a que las estructuras y formatos periodística para una comunicación efectiva no son utilizados correctamente, por lo que población muestra desinterés en interactuar con la página, dando lugar que canales informales generen rumor y malos entendidos desdibujando la imagen de la institución.

RECOMENDACIONES

- Para garantizar la comunicación e interrelación entre autoridades y ciudadanos de la parroquia de San Lorenzo se requiere mejorar los géneros y segmentos informativos usando los parámetros y características adecuadas.
- Se recomienda al GADPR de San Lorenzo capacitarse en áreas de comunicación; y, así como también buscar el asesoramiento con un personal profesional y realizar un convenio con la Universidad Estatal de Bolívar para contar con pasantes de la carrera de Comunicación para diseñar los contenidos que serán subidos en la red social Facebook.
- El GADPR de San Lorenzo debe aplicar estrategias comunicacionales que permita mejorar los contenidos en Facebook y la imagen institucional con la finalidad de lograr un seguimiento oportuno que arroje resultados positivos y satisfactorios.

BIBLIOGRAFÍA

- Alban, G. P., Arguello, A. E., & Molina, N. E. (2020). Revista Científica de investigación y el conocimiento . *Recimundo*, 164.
- ALÚTIZ, J. C. (2010). *recyt.fecyt.e*. Obtenido de recyt.fecyt.e:
<https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/65166/39482>
- Arrieta, G. (septiembre de 2020). *utel blog*. Obtenido de utel blog:
<https://utel.edu.mx/blog/tendencias/la-importancia-de-una-imagen-corporativa/>
- Bonnefoy, A. (11 de 2005). *repositorio.cepal.org*. Obtenido de repositorio.cepal.org:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5611/S05900_es.pdf
- COCA, G. H. (Julio -Diciembre de 2017).
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Me todo_Analitico.pdf. Obtenido de
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Me todo_Analitico.pdf:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Me todo_Analitico.pdf
- Constitución. (10 de 2008).
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf. Obtenido de
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf:
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Contreras, A. (2006). *Comunicación estratégica para las organizaciones*. Quito-Ecuador: "Quipus"; CIESPAL.
- COOTAD. (19 de 10 de 2010). www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf. Obtenido de www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf:
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Definista. (27 de 11 de 2018). *efinicionyque.es*. Obtenido de efinicionyque.es:
<https://definicionyque.es/organismo-gubernamental/>
- Domínguez. (2008). El nuevo modelo global de comunicación a partir de las redes sociales y TT. II. CC. *Revista de la Comunicación SEECI*, 129.
- Escobar, N. E. (2012). *scielo*. Obtenido de scielo:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222012000200010

- Flores, M. J. (2007). *scielo*. Obtenido de scielo:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35692007000100008
- Frascati, M. d. (2020). *www.ine.es*. Obtenido de www.ine.es:
<https://www.ine.es/DEFine/es/concepto.htm?c=4795&op=30059&p=1&n=20#:~:text=Definici%C3%B3n,corresponden%20a%20los%20de%20mercado>.
- Galdames, X. (1 de octubre de 2012). Obtenido de
<https://es.slideshare.net/ximenagaldames/gestin-de-imagen-corporativa-como-factor-clave>
- Gardey., J. P. (2011). *definicion de*. Obtenido de <https://definicion.de/mensaje/>
- Herrera, H. H. (9 de Febrero de 2012). *Redalyc.LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. Obtenido de Redalyc.LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN:
<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Hodgson, G. M. (03 de 10 de 2011). *Scielo*. Obtenido de Scielo:
<http://www.scielo.org.co/pdf/recs/n8/n8a02.pdf>
- Kemp, S. (25 de Enero de 2017). *we are social*. Obtenido de
<https://wearesocial.com/sg/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview/>
- LACRUZ, M. d. (2010). *eprints.rclis*. Obtenido de eprints.rclis:
<http://eprints.rclis.org/15921/1/978-84-7800-166-8-0085-0116.pdf>
- La enciclopedia biográfica en línea [Internet]. Barcelona, España, 2004. Disponible en <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/belalcazar.htm>
- Limón, R. R. (2007). <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.2.htm>.
 Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.2.htm>:
<https://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.2.htm>
- LOC. (20 de 02 de 2019). *www.telecomunicaciones.gob.ec*. Obtenido de www.telecomunicaciones.gob.ec:
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Mender, J. (2016). Obtenido de <https://insight.gwi.com/hubfs/Reports/Social-Q1-2017/GWI-Social-Summary-Q1-2017.pdf?t=1504263414218>
- Mendoza, A. (07 de 2018). *fullpanama marteting online* . Obtenido de fullpanama marteting online : <https://full.com.pa/linea-grafica/>
- Moreno, M. (30 de 05 de 2017). *TreceBits: redes sociales y tecnologías* .
 Obtenido de TreceBits: redes sociales y tecnologías :
<https://www.trecebits.com/2017/05/30/caracteristicas-basicas-del-contenido-redes-sociales/>

- Morentin. (2001). *SciELO*. Obtenido de SciELO:
<http://www.scielo.org.ar/pdf/cfhycs/n17/n17a16.pdf>
- Peiró, R. (8 de Abril de 2021). *Comunicación. Economipedia.com*. Obtenido de Comunicación. Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Rojas, L. B. (2008). *redalyc.org/*. Obtenido de redalyc.org/:
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520798015.pdf>
- Romero, A. (17 de 03 de 2020). *Lawi*. Obtenido de Lawi:
<https://diccionario.leyderecho.org/instituciones-publicas/>
- Rosales, V. P. (2008). Obtenido de
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa3/n1/m12.html>
- Sampedro, V. (1997). *Dialnet-AudienciasYMediosDeComunicacion*. Obtenido de Dialnet-AudienciasYMediosDeComunicacion:
file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-AudienciasYMediosDeComunicacion-2901249%20(2).pdf
- Sarmiento, J. (2018). Obtenido de
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5337/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0007.pdf>
- Sarmiento, L. (2018). *http://dspace.unach.edu.ec*. Obtenido de
<http://dspace.unach.edu.ec>:
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5337/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0007.pdf>
- Sarmiento, L. (2018). *http://dspace.unach.edu.ec/*. Obtenido de
<http://dspace.unach.edu.ec/>:
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5337/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0007.pdf>
- Westreicher, G. (19 de 01 de 2022). *economipedia* . Obtenido de economipedia :
<https://economipedia.com/definiciones/entidad-gubernamental.html#:~:text=Una%20entidad%20gubernamental%20es%20aquella,al%20mando%20de%20la%20instituci%C3%B3n.>
- Zárate, C. (16 de 04 de 2015). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<https://es.slideshare.net/cacevedoz/instituciones-pblicas-y-privadas>
- Zúñiga, S. A. (30 de diciembre de 2020). *Revista Criterio Libre*. Obtenido de Revista Criterio Libre:
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/7538/65>

ANEXOS

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA																																							
N°	Actividades	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				julio									
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						
1	Inducción para el proceso de titulación																																						
2	Inscripción de los estudiantes de la unidad de titulación de la facultad																																						
3	Presentación del tema																																						
4	Análisis del anteproyecto de titulación por parte de la comisión de la Unidad de Titulación																																						
5	Corrección del anteproyecto																																						
6	Revisión de la corrección al anteproyecto																																						
7	Aprobación de los anteproyectos en Consejo Directivo; designación del director y par académico.																																						
8	Entrega del anteproyecto al par académico para revisión																																						
9	Revisión del anteproyecto por parte del par académico y emisión recomendaciones.																																						

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DELTRABAJO DE TITULACIÓN				
ELEMENTOS	TIPO DE RECURSO	UNIDAD	PRECIO	TOTAL
Papelería de oficina	Paquete papel bond 75gr	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Tinta de impresora	1	\$ 9,00	\$ 9,00
	Memory 8GB	1	\$ 12	\$ 12
	Esferos	3	\$ 0,50	\$ 1,50
	Carpetas	2	\$ 1,50	\$ 3,00
	Anillados	3	\$ 7,00	\$ 21
Recursos tecnológicos	Celular inteligente	1	\$ 180	\$ 180
	Plan internet Wi fi	6	\$ 25	\$ 150
	Computadora	1	\$ 800	\$ 800
	Impresora	1	\$ 400	\$ 400
Movilización y subsistencia	Transporte y alimentación	1	\$ 40	\$ 40
TOTAL:				\$ 1.618,50

CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE SAN LORENZO**
Registro Oficial Nro. 139, viernes 27 de octubre del 2000
Administración 2019-2023

"San Lorenzo ha sido, es y será
cuna de la música"

San Lorenzo, 25 de Oct. 2022.....
Oficio N°. 162 GADPRSL-2022

Magister
PILAR CHÁVEZ
COORDINADORA DE LA UNIDAD DE TITULACION
Presente.-

De mi consideración:

A nombre del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Lorenzo, reciba un cordial y fraterno saludo, al mismo tiempo desearle éxitos en sus actividades diarias.

Por medio del presente me permito dirigirme ante usted, con el objetivo de hacerle llegar mi aceptación para que la Srta. FARES AYLLA ADRIANA EMPERATRIZ con C.I. 1850597723 Estudiante del Noveno Ciclo de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, trabaje en el Proyecto de investigación (TESIS) con el Tema: LOS CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN LA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIAL DE SAN LORENZO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR. 2021

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,


Ing. Elyas Herrera M.
PRESIDENTE DEL GADPR-SAN LORENZO



San Lorenzo
Telefax: 032-201007 - 0980537952 - 0989688827
Fundación y Parroquialización de San Lorenzo Mayo de 1534

Prov. Bolívar

Ecuador
Correo: gadsanlorenzo19@gmail.com



INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Objetivo: Establecer el nivel de impacto que tiene los contenidos en la imagen institucional del GADPR de San Lorenzo en la audiencia.

Datos informativos

Edad:

18 a 28		29 a 38		39 a 49		50 a 60	
---------	--	---------	--	---------	--	---------	--

Género: **Masculino** **Femenino** **LGTBI**

Instrucciones

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según su criterio
- Seleccione una opción

Preguntas

1.- ¿Con qué frecuencia sigue la página oficial de Fcebook del GADPR de San Lorenzo?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

2.- ¿De qué forma interactúa en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo?

Like 

Comenta 

Comparte 

3.- ¿Revisa a profundidad todo el contenido que sube el GADPR de San Lorenzo en la página oficial de Facebook?

Si

No

A veces

4.- ¿Qué le llama la atención de lo que se publica en la página oficial de Facebook GADPR de San Lorenzo?

Señale una

Noticias

Fotografías

Videos

Ninguna

5.- ¿Del 1 al 5 que tan oportuna es la información que publica el GADPR de San Lorenzo en la página oficial de Facebook?

Siendo: 1 nada oportuna, 2 menos oportuna, 3 y 4 medianamente oportuna y 5 el más oportuna

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

6.- ¿Del 1 al 5 que tan eficaz es la información que publica el GADPR San Lorenzo en la página de Facebook?

Siendo: 1 nada oportuno, 2 menos oportuno, 3 y 4 medianamente oportuno y 5 el más oportuno

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

7.- ¿A su criterio las publicaciones realizadas en la página de Facebook del GADPR San Lorenzo son de interés público?

Si

No

Porque

8.- ¿A su criterio cuál es la imagen institucional que proyectan el GADPR San Lorenzo a través de las imágenes, actividades y descripciones que mantiene en su página oficial de Facebook?

Positiva

Medianamente positiva

Negativa

Totalmente negativa

9.- ¿Las actividades desplegadas por el GADPR San Lorenzo contribuyen al desarrollo de la parroquia?

Si

No

Porque.....

10.- ¿Con qué frecuencia considera importante que los contenidos se publiquen o actualicen la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo?

Diaria

Semanal

Quincenal

Mensual

Gracias por su colaboración.

MODELO DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Objetivo: conocer cómo se maneja los contenidos publicados en la página oficial de Facebook del GADPRSL

GUÍA DE ENTREVISTA

Ing. Elías Herrera

Presidente del GADPR de San Lorenzo

Administración 2019-2023

1.- ¿La persona que maneja los contenidos de la página oficial del GADPR San Lorenzo ha recibido capacitación para la actividad que desarrolla, en que áreas se ha capacitado?

.....

2.- ¿Con qué periodicidad se actualiza la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo?

.....

3.- ¿Cuáles son los parámetros que valora para una publicación en Facebook?

.....

4.- ¿Considera que la página de Facebook del GADPR de San Lorenzo es aceptada por la Parroquia?

.....

5.- ¿Cuáles son las características que usted toma en cuenta para emitir un mensaje en la página oficial de Facebook del GADPR San Lorenzo para mantener imagen institucional positiva?

.....

6.- ¿Considera que la institución debe mejorar los contenidos difundidos en plataforma digital de Facebook del GADPR de San Lorenzo para mejorar la imagen institucional?

.....

7.- ¿La institución cuenta con una línea gráfica?

.....

8.- ¿Cree que los contenidos difundidos en la página oficial Facebook del GADPR de San Lorenzo informan a la audiencia?

.....

9.- ¿Cuán a menudo interactúa con la audiencia ante una publicación que sube a la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo?

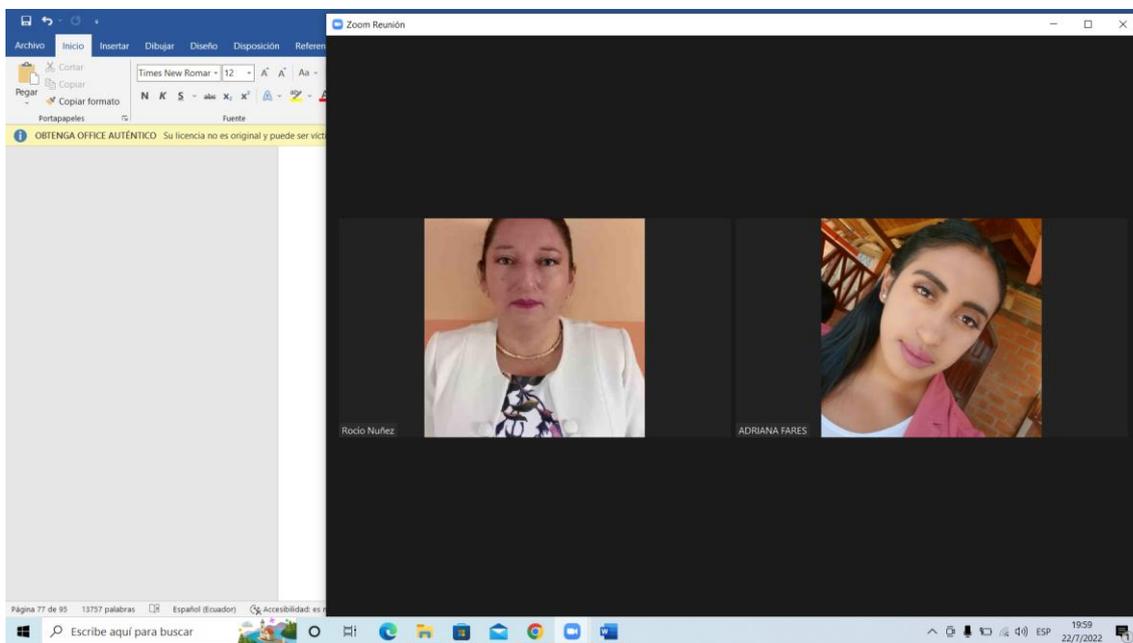
.....

10 ¿Considera usted que la herramienta Facebook es la más adecuada para informar a la parroquia de San Lorenzo?

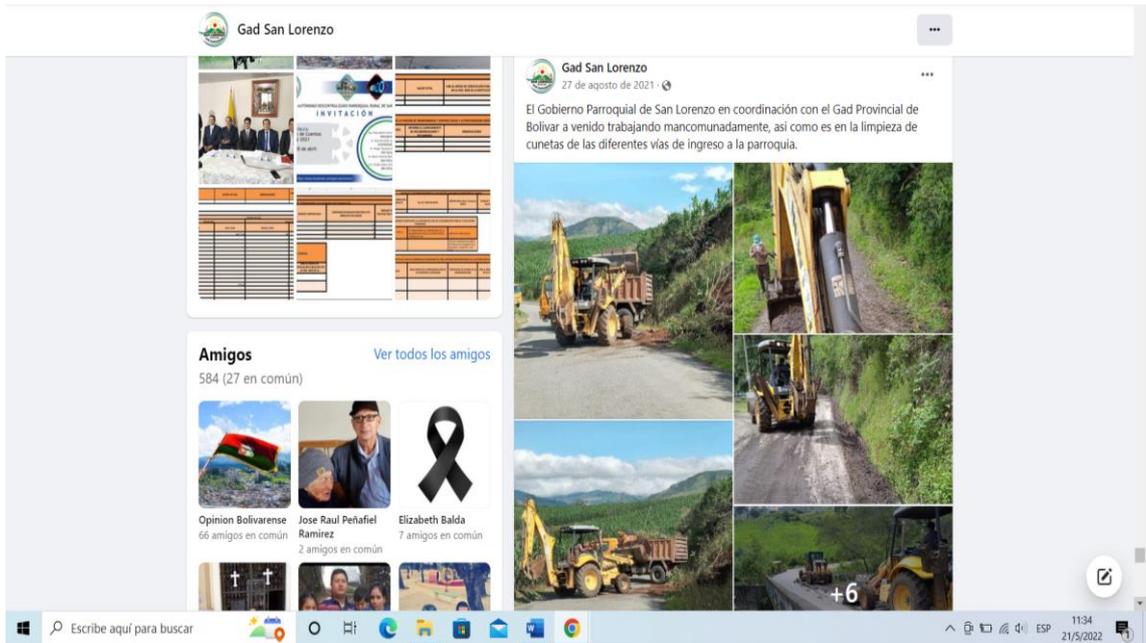
REUNIONES CON LA DIRECTORA Y PAR ACADÉMICO



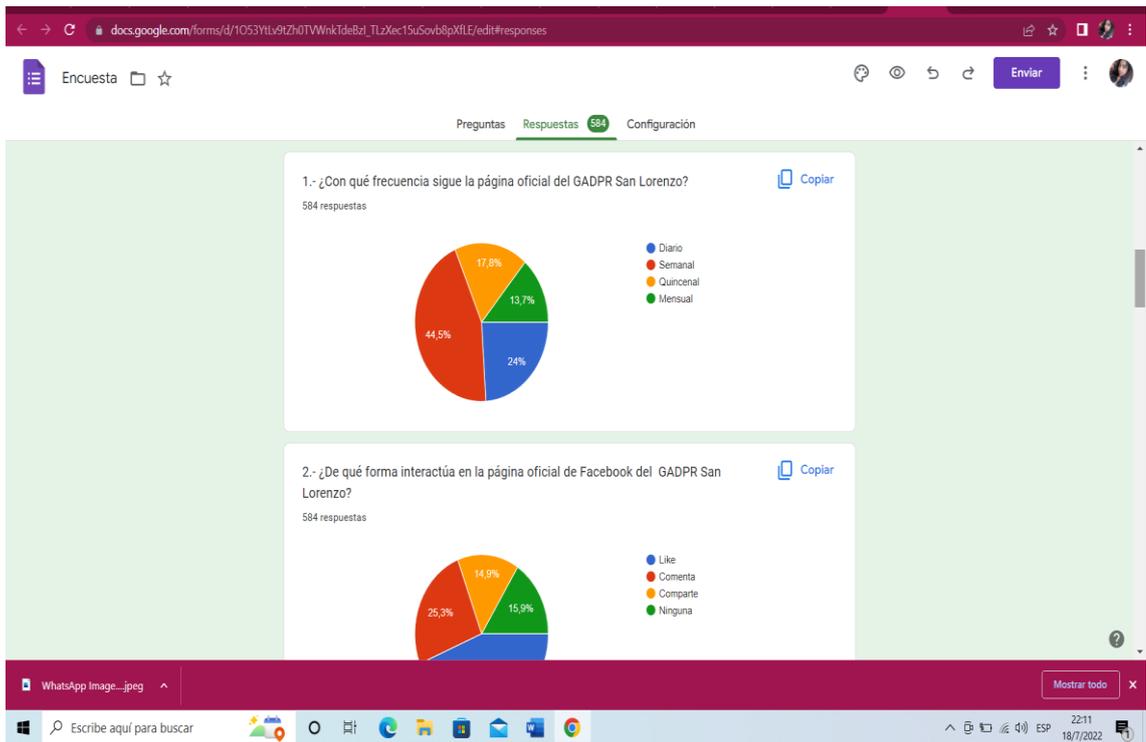
Revisión y corrección del proyecto de titulación con la directora Msc. Pilar Chávez



Revisión y corrección del proyecto de titulación par académica Msc. Rocío Núñez.



Observación y análisis de los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo.



Encuestas realizadas por Google Drive a 584 seguidores de la página oficial de Facebook del GADPR de San Lorenzo.

REUNIONES CON EL PRESIDENTE DEL GADPR DE SAN LORENZO



Entrevista realizada al Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo, encargado de subir los contenidos a la página oficial de Facebook.



Socialización del plan estratégico al Ing. Elías Herrera, presidente del GADPR de San Lorenzo

CERTIFICADO DEL URKUND



Document Information

Analyzed document	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FARES ADRIANA urkund.docx (D142376433)
Submitted	7/25/2022 3:30:00 AM
Submitted by	
Submitter email	afares@mailes.ueb.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	pchavez.ueb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

Entire Document

Hit and source - focused comparison, Side by Side

Submitted text	As student entered the text in the submitted document.
Matching text	As the text appears in the source.


25/07/2022.