



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO
DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

USO DE LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA
COMUNICACIONAL DEL GAD PEDRO CARBO DURANTE LA
PANDEMIA.

AUTORA:

KARLA MARÍA PEÑAFIEL VECILLA

TUTORA:

MSc. ANA ELIZABETH HERRERA FLORES

BABAHOYO - ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

A mi Tío, Lic. Erwin Alberto Arias Jiménez, quien ha consignado su absoluta confianza en mí persistentemente, dándome absoluto apoyo en cada meta que me he propuesto a lo largo de los años.

A mi Tía, Lic. Nancy Fátima Vecilla Mayorga, aquella mujer que ha representado en mi vida el valor de la fortaleza, convirtiéndose en mi madre siendo ella mayor ejemplo de valentía, fe y perseverancia ante las diferentes situaciones inesperadas de la vida.

A mi esposo, Galo Ortiz por el apoyo incondicional y los cuidados hacia mí, por ser la persona que me ha dado fuerzas para no decaer de forma académica y espiritual.

Karla María Peñafiel Vecilla



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

A mis tíos y esposo por el incansable esfuerzo, amor, paciencia y cuidados durante no sólo mi carrera, sino todos los aspectos de mi vida.

A mi tía Glenda Beltrán por el apoyo incondicional a pesar de los países que nos separan, siempre ha velado por mi bienestar hasta la actualidad.

A mi familia en general, por todo el amor y la confianza que desde la niñez han depositado en mí hasta ahora en la adolescencia.

A cada uno de los docentes que a través de su enseñanza y dedicación estoy segura de que seremos unos profesionales de bien, convirtiéndose la mayoría en amistades a las que realmente estimo muchísimo desde el inicio hasta el fin de esta etapa.

A mi tutor, por la paciencia y la predisposición de compartir sus conocimientos en este trabajo final para lograr la meta.

Karla María Peñafiel Vecilla

RESUMEN

La presente investigación presenta el tema uso de las redes sociales como estrategia comunicacional del GAD Pedro Carbo durante la pandemia. Su objetivo fue analizar las estrategias comunicativas que realizó esta entidad utilizando varios medios de la tecnología actual, siendo la comunicación vital en este tiempo y necesaria para el normal desenvolvimiento del diario vivir. Pedro Carbo cuenta con sus limitaciones, pero a pesar de esto se notó la iniciativa de la municipalidad al difundir muchos mensajes utilizando varios canales con adjuntos audiovisuales informativos.

La metodología empleada fue de tipo descriptiva y bibliográfica, se obtuvo los datos mediante entrevistas, para detectar: De qué manera las estrategias utilizadas fueron beneficiosas, se analizó e interpretó los resultados, llegando a la conclusión de que las estrategias que brindó el GAD fueron de gran ayuda para la comunidad.

Palabras clave: Estrategias de Comunicación, Pandemia, Metodología, Tecnología
Sistema económico

SUMMARY

This research presents the topic of use of social networks as a communication strategy of GAD Pedro Carbo during the pandemic. Its objective was to analyze the communication strategies that this entity carried out using various means of current technology, communication being vital at this time and necessary for the normal development of daily life. Pedro Carbo that has its limitations, but despite this, the initiative of the municipality was noticed by spreading many messages using various channels with informative audiovisual attachments.

The methodology used was descriptive and bibliographic, the data was obtained through interviews, to detect: In what way the strategies used were beneficial, the results were analyzed and interpreted, reaching the conclusion that the strategies provided by the GAD were of great help for the community.

Keywords: Communication Strategies, Pandemic, Methodology, Technology
Economic system

ÍNDICE GENERAL

	Pag.
CARATULA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	iv
RESUMEN	V
SUMMARY	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
I INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO	3
2.1 JUSTIFICACIÓN	3
2.2 OBJETIVO	4
2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS	4
2.3.1 Antecedentes	4
2.3.2 Estrategia	6
2.3.2.1 Estrategias de comunicación	6
2.3.2.2 Estrategias en medio de dificultades.	7
2.3.3 Redes sociales	8
2.3.3.1 Redes sociales y el Internet	9
2.3.4 El gobierno y sus medidas durante la pandemia	9
2.3.5 Campañas de comunicación social	11
2.4 TÉCNICAS APLICADAS	12
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS	13
Discusión	13
III. CONCLUSIONES	17
IV. RECOMENDACIONES	18
V. BIBLIOGRAFÍA	19
VI. ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un recurso muy importante e imprescindible en nuestro medio, ya que radica en la necesidad de estar en contacto con personas, entidades, programas, medios informativos además el interactuar diariamente utilizando medios electrónicos al alcance de los usuarios, conectados a las redes sociales más comunes y accesibles.

Actualmente se utilizan las redes sociales para buscar información, descubrir oportunidades, conseguir recursos y solucionar problemas. Diferentes tipos de redes sociales se utilizan para varios propósitos, una cuenta de Instagram, de WhatsApp, una página en Facebook, son indispensables para un negocio, pero lo más importante es que ayuda a estar informados.

Este estudio aborda el tema “Uso de redes sociales como estrategia comunicacional del GAD durante la pandemia”. Todo esto conduce a analizar el escenario de la situación actual originada por el efecto de la pandemia del COVID-19, lo que ha causado gran impacto en el modo de vivir de las personas en todos los escenarios del desarrollo humano. Así es como, las personas se han visto obligadas a implementar otras maneras adecuándolas a la condición actual.

De acuerdo con lo anteriormente mencionado, la Organización Mundial de la salud (2019) indica que: el COVID-19 este virus se detectó originalmente en el año 2019 en Wuhan, de China y que procede de una extensa familia de virus, producida por otras afecciones las que se podrían manifestar a partir de un resfrío hasta llegar a padecimientos respiratorios, No obstante el Ministerio de Salud Pública de Ecuador (2021) menciona que, se sigue detectando más características de este padecimiento que aún no se determinan.

Desde este contexto, ha habido muchos cambios promovidos por la modernización en épocas del COVID-19, consecuentemente, es decisivo la adopción de nuevas ideas y pensamientos, aprendiendo y experimentando formas rápidas de comunicarse diariamente a través de las redes sociales.

Conforme a esta situación, la motivación por la cual se ha efectuado este estudio es analizar minuciosamente las técnicas de comunicación utilizadas, para establecer si estas fueron factibles, si dieron una solución a las personas que en medio de esta calamidad buscaban la manera de estar informados a través de las redes sociales.

Este estudio, se realizó por medio de una investigación cualitativa, de tipo bibliográfica basada en la revisión documental acorde con la pandemia del COVID-19, además se aplicó la técnica de entrevistas al Jefe de departamento de relaciones Públicas y promoción cívica del GAD Sr. José Arizaga y a varias personas de la localidad, acorde con las actividades que se efectuaron a través de las redes sociales, ya que actualmente la mayoría de las personas de Pedro Carbo cuentan con medios digitales en su hogar.

De acuerdo con lo anteriormente mencionado, esta investigación corresponde a Comunicación intercultural y participativa, la de carrera es Comunicación sustentable aplicada a nuevas tecnologías. y la sub línea Medios de Comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos/a. A la línea de investigación de Talento Humano, Educación y docencia, la de carrera es Periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías, y la sublínea que concierne a los Medios de comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos.

Asimismo, este estudio se efectuó con la utilización de los métodos inductivo y deductivo a fin de comprender, comparar y llegar a las conclusiones fundamentales acerca del tema planteado. Sin embargo, existen varias limitaciones las cuales se encuentran

relacionadas a la poca accesibilidad de un grupo de personas a un medio digital y por ende a la desinformación, en consideración este es un tema desconocido, porque se aplica en un contexto poco común pero a la vez es importante ya que cubre una necesidad presente.

DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente tema se justifica ya que trata de como la pandemia del COVID-19, ha afectado al Ecuador y qué se puede hacer en beneficio de los habitantes de Pedro Carbo, perteneciente a la Provincia del Guayas. Siendo su población de 48.706 habitantes, según los datos del INEC (2010).

Según lo describe la Secretaría General de Comunicación (2020) que la pandemia mundial del Covid-19 arribó al Ecuador el 14 de Febrero, desde España a través de una adulta mayor, la misma que al momento de llegar no presentó ningún síntoma, con los días se sintió mal, al practicarle las pruebas el día 27 de Febrero resultaron positivas para el virus, con lo cual se confirmó el primer caso en el país, este anuncio lo hizo la ministra de Salud Pública, Catalina Andramuño, el sábado 29 de febrero.

A continuación, aparecieron otros casos en otras provincias y en de marzo ya habían 178 afectados en la provincia de Guayas y los Ríos, en ese mismo mes se siguió aumentando las cifras de infectados, con lo que el gobierno declara estado de excepción el 16 de marzo con su debida emergencia sanitaria y confinamiento en los hogares con el objetivo de evitar mayores contagios, según la información de Diario El Comercio (2020).

Se vivió en aislamiento, limitación de la actividad laboral, circulación restringida

de vehículos, conjuntamente con otras restricciones, todo esto sumado a las cifras de muertes hasta el Mes de Abril de 6.703 fallecidos. (Registro Civil Ecuador, 2020)

Este tema es necesario desarrollarlo, ya que tiene la intención de analizar las estrategias comunicativas utilizados por el GAD de Pedro Carbo en épocas de pandemia con utilizando redes sociales como Instagram, WhatsApp, Facebook.

Desde este entorno investigativo, los habitantes de la localidad son los beneficiarios de las estrategias de comunicación utilizadas por el GAD, ya que las personas haciendo uso de distintos medios electrónicos y las redes sociales pudieron informarse oportunamente de todo lo ocurrido. En este sentido, esta iniciativa aportó a los habitantes una alternativa ante esta dificultad durante esta época de pandemia.

2.2 OBJETIVO

Examinar el uso de las redes sociales como estrategias de comunicación por medio del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GAD) de Pedro Carbo, durante la pandemia.

2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS

2.3.1 Antecedentes

Para este análisis, se efectuó una revisión bibliográfica de estudios relacionados con el tema, los mismos que servirán de guía y entendimiento del asunto que es el objetivo en esta investigación, que está centrado en el análisis del uso de estrategias de comunicación utilizadas por el GAD en tiempos del COVID-19. Igualmente, se examina varios aspectos de relevancia que afectaron a las personas referentes a la salud, inmovilización de actividades, economía, en el cantón Pedro Carbo y otras partes del país.

El artículo Nro. 226 De la Constitución de la República, considera que: para efectos

del desarrollo e implementación de medidas de prevención y control para contener el contagio masivo de la COVID-19 en el Ecuador, los organismos e instituciones del Estado Central y de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en ejercicio de sus atribuciones, deberán desarrollar e implementar normativas y políticas públicas que se adecúen al régimen ordinario para enfrentar la crisis sanitaria, de forma coordinada.

Esto significa que las municipalidades tenían la responsabilidad del manejo de esta situación de emergencia en su localidad y en concordancia con esto en cada organismo, se prepararon, crearon y ejecutaron las medidas de prevención y seguridad.

La Organización panamericana de la Salud (2019) en su guía de Gestiones de Información y comunicación en emergencias y desastres. Hay varias recomendaciones que ayudarán a entender la situación emergente y facilita el trabajo de gestión de información y labor de comunicación pública.

Esta guía contiene las pautas para el manejo de medios de comunicación, preparación de mensajes y materiales de información y la organización de las tareas de comunicación durante un desastre y emergencia. Es importante el análisis de este documento ya que su contenido es válido para la toma de decisiones en caso como este.

Es importante recalcar el trabajo del GAD de Pastaza, (2020) el mismo que implementó varias medidas de control y prevención para los habitantes de su localidad valiéndose de las redes sociales, pudo llevarlas a cabo. También es notable ver en sus canales de comunicación videos que muestran la labor humanitaria que llevó a cabo. Esto nos muestra como a través de la comunicación se puede evidenciar y palpar la realidad de las cosas en este caso una alcaldía que trabaja para su comunidad y a la vez la tiene bien informada.

Estos antecedentes expuestos anteriormente, se relacionan al contenido de las variables

del tema tratado, para que de esta forma se pueda comprender como se utilizó las redes sociales como estrategia de comunicación en tiempos de emergencia.

2.3.2 Estrategia

La palabra estrategia actualmente es utilizada muchas veces en el negocio, políticamente, en los estudios, y es aplicado para referirnos a la táctica que debemos utilizar para lograr algún objetivo en nuestro diario vivir. Este término es utilizado generalmente y es componente de la literatura relacionada con diferentes campos del conocimiento humano.

Las estrategias también se definen como una metodología escogida para el logro de un objetivo deseado, conseguir metas o solucionar los problemas, en el que son consideradas las artes y la ciencia de planeación y programación, así también al escoger y organizar los recursos para administrarlo de modo eficaz eficiente.

De esta manera, establecer una meta y lograr su objetivo se consigue por medio de adoptar e implementar habilidades en el lapso de un tiempo. Monterroso (2016) argumenta que: La estrategia y habilidad adquirida puede de repente volverse obsoleta frente a la aparición de otro elemento, producto, o competidor. Por eso cada empresa o entidad deberá esmerarse por conseguir la capacidad básica con estructuras sólidas, que le va a permitir enfrentar estos cambios.

2.3.2.1 Estrategias de comunicación

Estas estrategias son operaciones de retroalimentación, para ayudar a que se haga más fácil el entendimiento y maniobrar el cambio que se va realizando en una entidad, principalmente ofrecer ayuda de modo eficaz, información y detalles necesarios para efectuar sus diligencias habituales; asimismo para crear una interacción que estimule a la

relación y reflexión y posibilite tanto a los empleados y a los administrativos, tener una labor exitosa.

Según Egas & Yance (2018) La estrategia de comunicación representa el inicio, lo que posibilita a los integrantes de la entidad a la práctica de una comunicación positiva y eficaz. Es por este motivo que es esencial que se desarrolle la estrategia de comunicación para saber actuar frente a situaciones y retos que existen en la nación, la autonomía de los medios de la noticia; y el uso de medios comunicativos populares, como prensa, televisión e internet.

Por lo expresado anteriormente se puede entender la manera como se formulan las habilidades de comunicación por lo que surgen varias incógnitas, las mismas que han sido vinculadas en relación con lo acaecido durante la pandemia del Covid-19 en el año 2020 en Pedro Carbo.

2.3.2.2 Estrategias en medio de dificultades.

Las dificultades sanitarias provocaron además una crisis de comunicación, ya sea en medios como en entes gubernativos en donde manejar la situación se les dificultó, por motivo de que no se previó, porque no se sabía con qué magnitud podría afectar la pandemia. Actualmente muchos comunicadores se plantean acerca de qué estrategias utilizar frente a este fenómeno por el que atraviesa el mundo.

Los autores Mendoza & García, (2020) piensan que: Comunicar es fundamental frente a una crisis, pues la noticia debe fundamentarse en el diseño de la cultura de prevención de riesgos e informar acerca de la acción en el momento de dificultad. Lo que se intenta es que todo inconveniente que llegue a la dirección de comunicación de una entidad no se vaya a convertir luego en un daño.

Como se indica, se debe conocer la necesidad de diferentes públicos, debido a que

pueden surgir situaciones nuevas y desconocidas como ésta e implantar una otra estrategia que sería crear una nueva cultura, demostrando así las incidencias y consecuencias de estas pandemias. Así mismo se debería elegir más que toda una comunicación responsable, afín, clara, con empatía y solidaridad, que transmita los ciudadanos, los valores con que cuenta la entidad y crear la conciencia de prevención, porque los cuidados empiezan desde la casa.

Los medios informativos son esenciales para la realización de las estrategias frente a la crisis debido a que ejercen el control sobre el desarrollo de la percepción y son precisos para certificar el acatamiento de medidas de prevención y contención de la población. Además, la usanza de los medios de comunicación se ha convertido en elemento primordial de lucha, frente a este fenómeno al suministrar la información que dispone potenciando el conocimiento y promoviendo las prácticas de parte del sector de la salud.

La comunicación estratégica frente a una dificultad requiere de un cambio importante en el modo como se han trabajado los mensajes de comunicación recientemente, apelando a la creatividad y flexibilidad de comprensión al público y poder difundirles la información de la forma más adecuada y eficaz posible.

Tener credibilidad es una de las partes clave de una comunicación de eficacia. Para crear la confianza en una sociedad frágil es necesario oír y transmitir correctamente la información que se quiere transmitir, ya que la sociedad no requiere del conocimiento de la crisis de comunicación que atraviesa una entidad, sino saber todo lo que sucede en su entorno, por eso es de importancia producir una estrategia clara y precisa.

2.3.3 Redes sociales

Según Ruiz (2017) Una red social es el sitio de internet en donde muchos individuos

publican y comparten información con otras personas, ya sean conocidos o desconocidos. Además, constituyen un espacio propicio para la interacción. Sin embargo, estos entornos de comunicación surgen en la década de los 60, cuando comenzó a desarrollarse un nuevo esquema de comunicación a través de una red internacional llamada “Internet”.

Desde entonces, debido a la capacidad de cargar datos en un sitio virtual público, sistematizarlos y clasificarlos, se ha producido una revolución tecnológica histórica en las redes informáticas y de conocimiento, que ha promovido a las entidades gubernamentales a la adopción de sistemas tecnológicos y el acceso a diversas bases de datos relacionales basadas en esta tecnología.

Una red social es una organización integrada por algunos individuos u organizaciones (por ejemplo, grupos de amigos, familias o clubes) compartiendo vínculos e interactuando entre sí. Por tanto, las redes mencionadas se suelen entender dentro de una plataforma digital que permite la interacción entre los usuarios que se suscriben a ellas por medio de mensajes, imágenes, videos, y otras expresiones comunicativas a gran escala.

2.3.3.1 Redes sociales y el Internet

Como señaló Cisneros (2018), las redes sociales están compuestas por Facebook, Twitter, Google, Instagram, LinkedIn, Tuenti, Bebo, Hi5 y otros sitios web, los cuales tienen amplias conexiones internacionales con la usanza de Internet. De esta forma, consiente el uso de páginas diseñadas por usuarios para interactuar con otras personas y amigos mediante su propio buscador e interés personal que satisfaga la necesidad de acceso a la plataforma virtual.

2.3.4 El gobierno y sus medidas durante la pandemia.

Desde que Covid-19 llegó a Ecuador, se ha dificultado y colapsado el sistema de la

salud, especialmente el económico, ya que muchas personas tuvieron obligatoriamente que dejar sus labores de trabajo para ingresar a la fase de atención de la salud. Para algunas personas este fue un momento difícil, para otros de firmeza, porque nunca el Ecuador había vivido esta situación.

Ante esta situación, los medios de comunicación han jugado un papel importante porque eran los únicos que podía difundir lo que sucedía en el país. Sin embargo, se cree que debido a que no elaboraron manuales o acuerdos basados en las condiciones del país, no implementaron una buena estrategia de comunicación.

Por otro lado Villacrés (2020) Señaló que la situación de los medios informativos ecuatorianos era complicada. Porque la pandemia del COVID-19 tiene una paradoja: donde existe un gran consumo de información indispensable, pero el periodismo se enfrenta al presente y al futuro.

Hay tantos relatos sobre la pandemia de Covid-19 que la Organización Mundial de la Salud ha declarado que el mundo se enfrenta a una infodemia informativa debido a mucha información, lo que dificulta que algunas personas encuentren recursos confiables o brinden orientación confiable cuando sea necesario

Últimamente, los medios de información han sido utilizados por el gobierno, las agencias de comunicación pública y las entidades no gubernamentales porque estos son el instrumento preponderante para propiciar conductas sanas en las personas, especialmente durante epidemias como la gripe H1N1, el sars y la reciente epidemia del COVID-19.

Se cree que los medios de información son el principal atractivo a la hora de entregar información organizacional al público y almacenar información clave en ella. En nuestra cultura ecuatoriana, en situaciones de crisis, la relación con el público, especialmente con los medios de comunicación, se sigue desarrollando de forma intuitiva y espontánea.

La actual crisis tiene ciertas particularidades que la hacen única. Siendo la primera vez en que un acontecimiento de salud pública ha obligado al mundo al confinamiento. Además es la primera pandemia que convive con nuevas tecnologías de información y comunicación. La conclusión es que esta es la primera transmisión de una pandemia en una red social.

La propagación del virus solo es superada por la velocidad de la información, la desinformación y el miedo. Si bien la humanidad nunca había sido víctima de una pandemia de las proporciones de la actual, los gobernantes de sus respectivos países han recurrido a diferentes estrategias para enfrentarla, algunas más efectivas que otras. Lo más importante en estos momentos es salvar vidas, si ese objetivo logra cumplirse lo demás vendrá por añadidura.

2.3.5 Campañas de comunicación social

El comunicador en la actualidad debe prepararse para informar al gran público que lo sigue desde las diferentes plataformas sociales, pero sobre todo estar a la par con la información rápidamente, ya que este debe poseer un enorme conocimiento sobre los temas determinados para poder elegir de manera rápida a sus fuentes, de tal manera que tendrá mayor credibilidad y preparación necesaria.

Según Orozco (2016) la publicidad social es una forma diferente de comunicación, ya que al mismo tiempo utiliza la persuasión y disuasión para que las personas puedan entender el mensaje. Al contrario de lo que hace la publicidad comercial, que sólo está comprometida con la primera, ya que la publicidad social trabaja la persuasión de igual manera que su homóloga comercial; la publicidad social y la comercial se ven más unidas por sus circunstancias comunicativas, aunque sus fines sean totalmente diferentes.

Hay que poner especial cuidado en lo que se comunica durante toda campaña de tipo

social, siendo claro y transparente que no deje espacio para las malas interpretaciones. Ya que muchas veces los mensajes con contenidos ambiguos o muy elevados requieren de una capacidad de comprensión y sobre todo de análisis que, en ocasiones, no están al alcance de las personas a las que se dirigen. Tratando de cuidar siempre la imagen de la institución a la que representa la campaña.

La comunicación dentro de las organizaciones es tan importante ya que de esta manera permite facilitar el proceso de transmisión de la información para poder lograr los objetivos de la institución, pero se concuerda con los autores citados en el párrafo anterior ya que para tener una buena comunicación es necesario realizar buenas campañas comunicacionales.

Por lo tanto, se prevé que es necesario definir una estrategia, que conecte con la ciudadanía, dentro de la cual se utilicen diferentes espacios y canales, pero sobre todo que sea capaz de llegar también a diferentes grupos. Sobre esta línea es deseable que la información difundida sea mediante de los canales oficiales.

2.4 Técnicas Aplicadas

En este estudio se utilizó la investigación bibliográfica documental, de tipo exploratorio con enfoque cualitativo, asimismo se hizo uso de los métodos; deductivo e inductivo y el analítico sintético. Para la recopilación de datos se realizó la revisión de varias fuentes bibliográficas de estudios anteriores que se relacionan al uso de estrategias de comunicación y de la tecnología actual.

Se aplicó la técnica de entrevista al Jefe de departamento de relaciones Públicas y Promoción Cívica del GAD Sr. José Arizaga y a varias personas de la localidad, ya que están involucradas directamente en el asunto tratado en este tema. Su propósito es saber si

la utilización de las redes sociales en la comunicación que implemento el GAD, fue beneficioso para los habitantes de Pedro Carbo en tiempos de pandemia.

2.5 Resultados Obtenidos

El motivo de este estudio es analizar las técnicas de comunicación implementadas por el GAD Pedro Carbo durante la pandemia del Covid-19. El Gobierno Autónomo Descentralizado que se encuentra ubicado entre las calles 9 de Octubre y Daule. En el departamento de relaciones Públicas y Promoción Cívica, trabajan 3 personas que se organizan de la siguiente manera para realizar sus funciones:



Figura 1 Estructura del departamento de Relaciones Publicas de Promoción Cívica
Elaborado por: Karla Peñafiel

Se aplicó la técnica de entrevistas al Jefe de departamento de relaciones Públicas y Promoción Cívica del GAD Lcdo. José Manuel Arizaga. Holguín y a varias personas de la localidad con lo que se logró obtener la información que ayudo a dar respuesta a algunas interrogantes.

- La difusión de información durante la pandemia que hizo el GAD de Pedro Carbo, fue a través de las redes sociales, entre otros medios de comunicación, la misma que tuvo éxito, ya que las personas entrevistadas exteriorizaron estar conformes con información proporcionada.

- Los medios de comunicación que más se usaron fueron: Facebook, Instagram y WhatsApp, los mismos que se utilizaron para publicar información a través de medios visuales y audiovisuales.

Cuadro 1 Cuadro del uso de medios de comunicación

Redes	Usuario	Seguidores/Agregados
FACEBOOK	Municipio de Pedro Carbo	17.649 Seg.
INSTAGRAM	alcaldía.pedrocarbo	1.777 Seg.
WASAP	Varios grupos de usuarios	12.541 Ag.
Otros medios		
PÁGINA WEB	www.pedrocarbo.gob.ec	

Elaborado por: Karla Peñafiel

Los usuarios de las diferentes redes sociales mencionadas fueron creados antes de la pandemia, en las que se difundía información de las últimas novedades y eventos ocurridos en la localidad, con la aparición del Covid-19 la cantidad de personas que utilizan estos medios para informarse se incrementó en un 40%.

- El tipo de información que recibieron fue informativa y preventiva, La comunicación al inicio se lo hizo colgando medios visuales a través de Facebook, después se fue integrando esta información a los otros medios y actualmente ya se ha colocado y compartido algunos audiovisuales dentro de las otras redes anteriormente mencionadas.
- A continuación se muestra varios audiovisuales, que fueron publicados, durante la pandemia y la página web del municipio.

Video de Toque de queda declarado por la emergencia sanitaria



<https://www.facebook.com/watch/?v=218703632572961>

Video de Mensaje de solidaridad de ciudadanos hacia las personas que se encontraban laborando, pese al peligro de contagio



https://www.facebook.com/watch/live/?v=654418815121250&ref=watch_permalink

Página Web del Municipio de Pedro Carbo



www.pedrocarbo.gob.ec/

- Se pudo conocer que las personas para comunicarse utilizan medios tecnológicos como: computadoras, Tablet y teléfonos celulares, conectándose a través de las redes sociales entre ellas mencionaron a WhatsApp, Facebook e Instagram para informarse a diario de lo que acontece, además poder interactuar con sus amigos o familia en línea por medio de videollamadas, ya que estas permiten buscar y elegir personas para comunicarse en grupos o de forma individual.

La Srta. Dayana Choez López comentó que utiliza su celular para comunicarse y las redes sociales más frecuentadas por ella son las anteriormente mencionadas y escogió estas porque son las más utilizadas. Eligió a las personas entre conocidos y familiares, los agregó e ingreso a sus grupos, a otros les envió una invitación por de comunicación.

- Algunos entrevistados manifestaron haber conocido casos de personas que entraron en crisis de desesperación, al enterarse de noticias poco confiable que circulaban desde otros medios de información y a su vez haberlos compartido a sus conocidos creando el caos e inseguridad.
- Los entrevistados informaron que les gustaría seguir comunicándose por medio del GAD municipal de Pedro Carbo a través de las redes sociales ya que por este medio, han podido enterarse y participar de algún apoyo que la municipalidad ha brindado a la comunidad, como atención médica gratuita, entrega de kits de alimentación entre otros.

CONCLUSIONES

Al revisar la documentación bibliográfica y analizar los resultados de las entrevistas diseñadas en relación con los objetivos propuestos, se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ Es importante aplicar estrategias de comunicación en una entidad organización, ya que esto crea un equilibrio informativo, haciendo su difusión de modo estratégico para que llegue a más cantidad de personas de la localidad. La observación a las necesidades centradas en la nueva normalidad de la vida de los ecuatorianos, desde las limitaciones y restricciones fueron unas de las causas que motivaron al GAD a recurrir a todos los recursos informativos que tuvo a su alcance, como publicar información, mandar mensajes, subir videos, banners, y cuñas radiales relacionadas al Covid 19.
- ❖ Lo acontecido durante la epidemia del Covid-19 permitió detectar en los ciudadanos de Pedro Carbo, la necesidad de estar bien informados a través de una fuente de información fidedigna, ya que a cada momento circulaban desde otros medios, información no confiable, lo que generó caos y desesperación.
- ❖ Hubo mucha confianza de las personas en las fuentes de información del GAD de Pedro Carbo ya que la mayoría preferían utilizar este medio a otros habituales, a pesar de que hubo algunos que se informaban a través de otros medios.
- ❖ Pese a que no se difundió mucho estas estrategias de comunicación implementadas por el GAD de Pedro Carbo, se propagó rápidamente y muchas personas lo utilizaron.
- ❖ Es de gran interés resaltar la gran influencia que tienen las redes sociales frente a estos contextos, mediante las encuestas efectuadas a varias personas se pudo conocer que lograron informarse a través de este medio.

RECOMENDACIONES

Luego de haber estudiado, analizado y concluido acerca del fenómeno estudiado se hacen las siguientes recomendaciones:

- ❖ Aplicar en las instituciones o entidades las estrategias de comunicación, ya que al utilizarlas va a permitir llegar a todas las personas, inmersas en una situación.
- ❖ Los ciudadanos para estar bien informados háganlo a través de una fuente de información fidedigna, ya que si lo hacen desde otros medios lograra información no confiable.
- ❖ Motivar a los ciudadanos de Pedro Carbo a seguir con el programa del GAD por medio del uso de las estrategias de comunicación, para conocer las noticias actualizadas de cada sector.
- ❖ Al GAD de Pedro Carbo, hacer una mejor campaña de difusión de las estrategias de comunicación implementadas para lograr una mayor cobertura informativa frente a las necesidades.
- ❖ A las personas, utilizar las redes sociales de forma seria y responsable, publicando hechos o situaciones comprobadas y de interés, ya que la información que se publica dentro de las mismas llega a mucha gente que necesita enterarse bien

Bibliografía

- Cisneros, M. P. (2018). Investigación del uso y penetración de las redes sociales. Azuay, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3145/1/09920.pdf>
- Diario El Comercio. (2020). Gobierno declara Estado de excepción. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tag/estado-de-excepcion>
- Egas, E. Y., & Yance, K. T. (2018). Estrategias de comunicación interna. *Espacios*, 39(24), 20. doi:esegas@est.ecotec.edu.ec
- estrategias para una comunicación de marca efectiva. (2017). *Mhcyj*(8), 374-367. doi:josejavier.ruiz@protocoloimep.com
- Gad Municipal de Pastaza. (2020). Obtenido de <https://www.oficial.ec/instituciones/gobierno-autonomo-descentralizado-municipal-canton-pastaza/alcalde-gad-municipal>
- INEC. (2010). Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manulateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Mendoza, A. G., & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Dialnet*, 4(1), 79-103. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7483989>
- Ministerio de salud Publica. (2021). Variantes Covid-19. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/se-registran-nuevos-casos-de-la-variante-de-la-covid-19-en-ecuador/>
- Monterroso, E. (2016). Competividad y Estrategia:. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 3(3), 4-26. doi:www.redsocialesunlu.net
- Organización Mundial de la salud. (2019). Coronavirus Covid-19. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- Organizacion Panamericana de la Salud. (2019). Guia de Gestion de la informacion y comunicacion en emergencias y desastres. Obtenido de https://www.paho.org/chi/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=guias-para-desastres&alias=19-gestion-de-la-informacion-y-comunicacion-en-emergencias-y-desastres&Itemid=1145
- Orozco, J. A. (Campañas de comunicación social de 2016). Comunicación estratégica para campañas. *IV*(2), 169-190. Obtenido de

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57162044/comunicacion_estrategica_para_campanas.pdf

Registro Civil Ecuador. (2020). cifras de muertes en Guayas. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/cifras/>

Secretaria General de comunicación . (Febrero de 2020). primer caso de coronavirus en Ecuador. Obtenido de <https://www.comunicacion.gob.ec/se-registra-el-primer-caso-de-coronavirus-en-ecuador/>

Villacres, C. S. (Noviembre de 2020). Calidad periodística y cobertura de la COVID-19 en medios nativos digitales ecuatorianos. Quito, Ecuador. doi: <https://doi.org/10.18272/pd.v4i1.2004>

ANEXOS

Anexo 1

Instrumento cuestionario de Entrevista realizada a personas de la Comunidad de Pedro Carbo

Nombre: _____

Edad: _____

Fecha: _____

1. ¿Por qué medios se enteró de los primeros casos positivos de Covid-19 en Pedro Carbo?

Redes Sociales de la Alcaldía	130	87 %
Medios Locales	12	8 %
Medios Nacionales	3	2 %
Otros	5	3 %
Total	150	100%

2. ¿Cómo definiría la información que brindó el Municipio de Pedro Carbo durante la pandemia del Covid-19?

Muy Buena	120	80 %
Buena	27	18 %
Mala	3	2%
Total	150	100 %

3. ¿Considera que fueron eficientes las estrategias utilizadas por el municipio para llegar con el mensaje durante los meses de confinamiento?

SI	147	98 %
NO	3	2 %
Total	150	100 %

4. ¿Cuándo quería buscar información sobre el Covid-19 que medios utilizaba?

Redes Sociales de la Alcaldía	117	78 %
Medios Locales	15	3 %
Medios Nacionales	40	18 %
Otros	15	1%
Total	150	100%

5. ¿Qué redes sociales piensa usted que son más utilizadas actualmente? y ¿para que se utilizan?

Facebook	92	61 %
Instagram	11	7 %
WhatsApp	44	29 %
Otras	3	2 %

6. ¿Qué clase de beneficios brindan estas redes a la comunidad?

Informan	45	30 %
Comunican	36	24 %
Actualizan	40	27 %
Divierten	29	19 %
Total	150	100 %

7. ¿Desde qué medios de comunicación prefiere para mantenerse informado?

Televisivos	32	21 %
Redes Sociales	94	63 %
Periodísticos	6	4 %
Otros	18	12 %
Total	150	100 %

8. ¿Considera usted que es ventajoso tener información desde una fuente local confiable? Y ¿Por qué?

SI	150	100 %
NO	0	0 %
Total	150	100 %

Dá confianza	49	33 %
Dá seguridad	53	35 %
Dá Credibilidad	48	32 %
Total	150	100 %

9. ¿Cuál fue la información proporcionada por el GAD de Pedro Carbo?

Oportuna	47	31 %
Precisa	58	39 %
Actualizada	45	30 %
Total	150	100 %

Anexo 2

Entrevista realizada al Jefe de departamento de relaciones Públicas y Promoción

Cívica del GAD Lcdo. José Manuel Arizaga Holguín

1.- ¿Qué hizo para enfrentar la situación de la llegada del Covid-19, el GAD de Pedro Carbo.

Apenas se supo por medios oficiales de la situación que estaba viviendo el país a causa de la pandemia y los primeros casos confirmados se tomó la decisión de adoptar medidas para la prevención de contagios, con el propósito de activar en forma inmediata recursos y acciones que permitan el control y la propagación del virus.

2.- ¿Cuáles fueron las primeras estrategias de comunicación que se utilizaron para difundir el problema suscitado?

Instamos a los ciudadanos a mantenerse informados a través de las cuentas oficiales de la municipalidad, para que supieran lo que debían hacer en casos de contagios o prevención, a que fuentes recurrir, y como poder beneficiarse de alguna ayuda humanitaria brindada a la comunidad.

3.- ¿Considera usted que estas estrategias fueron necesarias para llegar a todos los habitantes de Pedro Carbo?

Pienso que si por cuanto la pandemia empezó a mostrar su agresividad y la población debía ser consciente de lo que se estaba viviendo. Se llegó mediante los distintos canales de comunicación.

4.- Durante los meses de Marzo y Abril ¿Cómo se difundió la información de las medidas de prevención e higiene de parte de la dirección de comunicación con la ciudadanía?

Continuamente se difundió información sobre las medidas de prevención e higiene por medio de las redes sociales, medios de comunicación convencionales y digitales de la localidad. Se colocaron impresos y volantes en distintas partes, para difundir hacia las personas el mensaje.

5.- ¿Cuáles son los canales de comunicación que más se utilizaron para que la ciudadanía pueda acceder a informarse acerca del coronavirus?

Los medios digitales de mayor cobertura utilizados fueron Facebook e Instagram y WhatsApp

6.- ¿Qué canales de comunicación utilizados por el GAD de Pedro Carbo fueron importantes para la difusión de la información?

Los medios de comunicación masivos como redes sociales fueron importantes y el trabajo en territorio del personal de la Alcaldía entregando información visual.

7.- ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?

Facebook, Instagram y WhatsApp.

Anexo 3

Instrumento cuestionario de Entrevista realizada a personas de la Comunidad de Pedro Carbo

Nombre: _____

Edad: _____

Fecha: _____

10. ¿Por qué medios se enteró de los primeros casos positivos de Covid-19 en Pedro Carbo?

- Redes Sociales de la Alcaldía
- Medios Locales
- Medios Nacionales
- Otros

11. ¿Cómo definiría la información que brindó el Municipio de Pedro Carbo durante la pandemia del Covid-19?

Muy Buena

Buena

Mala

12. ¿Considera que fueron eficientes las estrategias utilizadas por el municipio para llegar con el mensaje durante los meses de confinamiento? Si , No

13. ¿Cuándo quería buscar información sobre el Covid-19 que medios utilizaba?

- Redes Sociales de la Alcaldía
- Medios Locales
- Medios Nacionales
- Otros (mencione cual)

14. ¿Qué redes sociales piensa usted que son más utilizadas actualmente? y para que se utilizan?

15. ¿Qué clase de beneficios brindan estas redes a la comunidad?

16. ¿Desde qué medios de comunicación prefiere para mantenerse informado?

17. ¿Considera usted que es ventajoso tener información desde una fuente local confiable? Y ¿Por qué?

18. ¿Cuál fue la información proporcionada por el GAD de Pedro Carbo?

Anexo 4

FOTOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA



Lcdo. José Arizaga Jefe de Relaciones públicas del GAD de Pedro Carbo



Srta. Dayana López habitante del Cantón Pedro Carbo

PUBLICIDAD DEL GAD DE PEDRO CARBO

PUBLICADA EN REDES SOCIALES

¡ATENCIÓN!
ANTE EL PRONUNCIAMIENTO DEL
COE NACIONAL

**EI COE CANTONAL
RESUELVE
PARA SALVAGUARDAR
LA VIDA DE LOS
CARBENSES**

Desinfecta
tus manos

El uso de mascarilla
es obligatorio

Mantén
la distancia

#PedroCarboResponsable
#NoTeQuedes

Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal del Cantón
Pedro Carbo
Administración 2016 - 2019

Destiza

COMUNICADO

El COE CANTONAL, presidido por el acaudalado
Sr. Xavier Gómez Salazar

INFORMA A LA CIUDADANÍA

Ante la EMERGENCIA SANITARIA NACIONAL que afecta al mundo por la pandemia de COVID-19, el COE Cantonal resuelve:

Adquirir y equipar el Centro de Rehabilitación Municipal con la finalidad de brindar ATENCIONES MÉDICAS GRATUITAS de manera EXCLUSIVA a MUJERES EMBARAZADAS DE NUESTRO CANTÓN, PARROQUIAS Y RECINTOS.

El objetivo de esta medida es evitar contagios y precautelar la vida de las personas que se encuentran en período de gestación.

El centro de Rehabilitación se encuentra ubicado en las calles CHILE Y EL ORO - Sector Santa Rosa.

Sr. XAVIER GÓMEZ SALAZAR
PRESIDENTE DEL COE CANTONAL

**RECUERDA
RESTRICCIÓN
VEHICULAR**

IMPARES
1 - 3 - 5 - 7 - 9

PARES
2 - 4 - 6 - 8 - 0

**LUNES
MIÉRCOLES
VIERNES**

**MARTES
JUEVES
SÁBADO**

DOMINGO 27 DE DICIEMBRE CIRCULA IMPAR.
DOMINGO 03 DE ENERO CIRCULA PAR.

Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal del Cantón
Pedro Carbo
Administración 2016 - 2019

RESOLUCIÓN EMITIDA POR EL COE NACIONAL

COMUNICADO IMPORTANTE

Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal del Cantón
Pedro Carbo
Administración 2016 - 2019

INFORMA A LA CIUDADANÍA

En respuesta a las disposiciones adoptadas por el Gobierno Nacional de cambiar las medidas de AISLAMIENTO a favor de DISTANCIAMIENTO, en su calidad de acaudalado del cantón Pedro Carbo y Presidente del COE Cantonal, solicitaré a los integrantes de este organismo y al COE Nacional que se mantengan las medidas de AISLAMIENTO SOCIAL EN NUESTRO CANTÓN con el objetivo de precautelar la vida de mis conciudadanos, evitando así el contagio y propagación del COVID-19.

Esta decisión es tomada con RESPONSABILIDAD basados en que pertenecemos a la provincia con mayor número de contagios y mortalidad a nivel Nacional.

Cambiar esta realidad depende de cada uno de nosotros, pedimos a todos los carbeneses acatar cada una de las disposiciones emitidas por el COE Nacional, juntos venceremos a esta pandemia.

Xavier Gómez Salazar
Presidente del COE Cantonal

48 comentarios 180 veces compartido