



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN
AMBIENTAL:**

Estudio comparativo en GAD's provinciales Ecuador 2023

**JARAMILLO AYALA GENESIS NAHOMI
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MOROCHO CUSME EVELYN MAYERLY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN
AMBIENTAL:
Estudio comparativo en GAD's provinciales Ecuador 2023**

**JARAMILLO AYALA GENESIS NAHOMI
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MOROCHO CUSME EVELYN MAYERLY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O
INTERVENCIÓN**

**FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN
AMBIENTAL:**

Estudio comparativo en GAD's provinciales Ecuador 2023

**JARAMILLO AYALA GENESIS NAHOMI
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MOROCHO CUSME EVELYN MAYERLY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

BENITEZ LUZURIAGA KARINA DEL ROCIO

**MACHALA
2023**

FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL: ESTUDIO COMPARATIVO EN GAD'S PROVINCIALES ECUADOR 2023 MOROCHO- JARAMILLO

por JARAMILLO AYALA GENESIS

Fecha de entrega: 13-mar-2024 04:49p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2319743496

Nombre del archivo: TRABAJO_TITULACION_FINAL_JARAMILLO_Y_MOROCHO_2024...pdf (1.72M)

Total de palabras: 17156

Total de caracteres: 104140

FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL: ESTUDIO COMPARATIVO EN GAD'S PROVINCIALES ECUADOR 2023 MOROCHO-JARAMILLO

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.umsa.bo

Fuente de Internet

<1 %

2

repositorio.uta.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

3

www.indteca.com

Fuente de Internet

<1 %

4

biblioteca.usac.edu.gt

Fuente de Internet

<1 %

5

espanol.epa.gov

Fuente de Internet

<1 %

6

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

7

vlex.ec

Fuente de Internet

<1 %

8

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

9	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	<1 %
10	idus.us.es Fuente de Internet	<1 %
11	vsip.info Fuente de Internet	<1 %
12	acanits.org Fuente de Internet	<1 %
13	mdc.ulpgc.es Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	<1 %
15	www.responsabilidadsocial.net Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Exclude assignment Apagado

template

Excluir coincidencias < 40 words

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, JARAMILLO AYALA GENESIS NAHOMI y MOROCHO CUSME EVELYN MAYERLY, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL: Estudio comparativo en GAD's provinciales Ecuador 2023, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

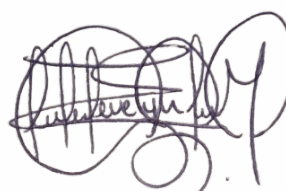
Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



JARAMILLO AYALA GENESIS NAHOMI

0706760196



MOROCHO CUSME EVELYN MAYERLY

0705992709

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a Dios, quien me ha dado la fortaleza necesaria para no abandonar este proceso en primer desafío que se me presentó. Ha permitido que avance y culmine una etapa más en mi vida. A mis padres, quienes han creído en mis capacidades y desde el primer día me apoyaron. Por otro lado, agradezco a mis hermanos, familia y amigos por sus palabras de aliento.

Génesis Jaramillo Ayala

Dedico esta investigación a Dios quién me ha dado la sabiduría necesaria para terminar este proyecto, que representa el primero de muchos, a mis padres por apoyarme, por estar ahí y por no dejarme caer ante tan grande desafío, a mis animalitos que estuvieron ahí escuchando cada palabra referente al proyecto y que me acompañaron hasta pudiera terminar una parte de todo lo que había por hacer. A mi hermana que también estuvo en cada paso de este proyecto, a los amigos y personas que poco a poco se fueron uniendo para apoyarme y decirme "Tú puedes, confía", a cada uno de ellos solo me queda darle las gracias por acompañarme a uno de muchos.

Evelyn Morocho Cusme

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por darnos la fortaleza y la sabiduría necesaria para poder finalizar este proyecto con éxito. A nuestros padres; Marco Antonio Jaramillo Rugel, Clemencia Elisabeth Ayala Ortega y Milton Humberto Morocho Vásquez, Otilia Sebastiana Cusme Basurto, les estamos eternamente agradecidas por su amor incondicional, apoyo y sacrificio continuo, que fueron fundamentales para mantenernos enfocadas y motivadas en cada etapa de esta investigación.

A Karina Benítez Luzuriaga, tutora de tesis, le agradecemos sinceramente su paciencia, apoyo académico, consejos y mentoría fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

A nuestros amigos y familiares, les agradecemos por su constante apoyo, comprensión y palabras de aliento que fueron motor de inspiración para nosotras en cada paso de este proyecto. Por último, agradecemos a las personas que participaron en este estudio y que dedicaron un poco de tiempo y esfuerzo para proporcionarnos información necesaria y esencial para la investigación.

Evelyn y Génesis

RESUMEN

El trabajo es un análisis de las publicaciones de contenido ambiental en Facebook de las organizaciones públicas, cuya función establecida en la Constitución de la República del Ecuador es gestionar los recursos ambientales de sus territorios, como Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales. Se plantea como objetivo de investigación determinar las potencialidades y limitaciones de la promoción de la gestión ambiental en las organizaciones públicas, a través de un análisis comparativo en tres plataformas de Facebook de GAD's provinciales de Ecuador, año 2023. Para ello se caracterizaron plataformas digitales y redes sociales en las tres instituciones públicas, mediante un mapeo, evaluación de las publicaciones ambientales, mediante un análisis de contenido, uso de la Inteligencia Artificial y semejanzas y diferencias en publicaciones de contenido ambiental en Facebook de las tres organizaciones, mediante un análisis comparativo.

Para llevar a cabo dicha investigación de tipo descriptivo, se empleó la metodología mixta: cualitativa y cuantitativa con la aplicación de técnicas como: mapeo descriptivo, técnica de análisis de contenido, uso de IA, técnica de análisis comparativo y entrevistas a expertos. Las publicaciones de contenido ambiental que cada GAD realizó en los meses de mayo, junio y julio del 2023 fueron solo informativas, escasas y limitadas, incluyen flora y fauna, pero el formato de cada GAD varía.

Palabras claves: Comunicación Ambiental, Redes Sociales, Uso de Facebook, GAD's provinciales.

ABSTRACT

The work is an analysis of the environmental content publications on Facebook of public organizations, whose function established in the Constitution of the Republic of Ecuador is to manage the environmental resources of their territories, such as the Provincial Decentralized Autonomous Governments. The research objectives are to determine the potential and limitations of the promotion of environmental management in public organizations, through a comparative analysis on three Facebook platforms of provincial GAD's of Ecuador, year 2023. For this purpose, the characterization of digital platforms and social networks in the three public institutions, through mapping, evaluate the environmental publications of the three institutions, through a content analysis, with the use of Artificial Intelligence and determine similarities and differences in content publications environmental on Facebook of the three organizations, through a comparative analysis.

To carry out this descriptive research, mixed methodology was used: qualitative and quantitative with the application of techniques such as: descriptive mapping, content analysis technique, use of AI, comparative analysis technique and interviews with experts. The environmental content publications that each GAD makes are informative, they are few and limited, they include flora and fauna, but the format of each GAD varies.

Keywords: Environmental Communication, Social Networks, Use of Facebook, provincial GAD's.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I.....	9
CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO.....	9
1.1. Planteamiento del problema de investigación.....	9
1.2. Justificación.....	10
1.3. Planteamiento del problema	11
1.4. Objetivos	12
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	12
1.4.2. <i>Objetivo Específicos</i>	12
1.5. Hipótesis.....	12
1.6. Variables.....	13
1.6.1. <i>Variable dependiente</i>	13
1.6.2. <i>Variable independiente</i>	13
CAPÍTULO II	14
ANTECEDENTES.....	14
2.1. Gestión Ambiental en las Organizaciones.....	14
2.2. Comunicación Ambiental.....	15
2.3. Responsabilidad Social Corporativa	16
2.5. Uso de Facebook en Ecuador	19
2.5.1. <i>Facebook para Comunicación Ambiental</i>	20
2.5.2. <i>Organización Político-Administrativa del Territorio Ecuatoriano</i>	20
2.5.2.1. Gobierno Central.....	20
2.5.2.2. Gobiernos Autónomos Descentralizados.....	21
2.5.2.3. Gobiernos Provinciales	21
2.5.2.4. Gobierno local o municipal.....	21
2.5.3. Gobierno Autónomo Descentralizado de El Oro - Región Costa.....	22
2.5.4. <i>Gobierno Autónomo Descentralizado de Carchi – Región Sierra</i>	22
2.5.5. Gobierno Autónomo Descentralizado de Pastaza – región amazónica	22
CAPÍTULO III	24
MATERIALES Y MÉTODOS	24
3.1. Materiales.....	24
3.2. Técnicas.....	24
3.2.1. <i>Mapeo</i>	25
3.2.2. <i>Análisis de Contenido</i>	25
3.2.3. <i>Entrevistas</i>	26
3.2.4. <i>Análisis Comparativo</i>	27
3.2.5. <i>Análisis Exploratorio</i>	27
3.3. Instrumentos	27
3.3.1. <i>Matriz de mapeo</i>	27
3.3.2. <i>Matriz Análisis de Contenido con uso de IA</i>	28
3.3.3. <i>Cuestionario para entrevistas</i>	29
3.3.4. <i>Matriz de Semejanzas y Diferencias</i>	29

3.4. Universo y muestra.....	30
CAPÍTULO IV	32
RESULTADOS	32
4.1. Resultados y Discusión	32
4.1.1. <i>Resultados del Mapeo</i>	32
4.1.2. <i>Resultados Análisis de Contenido</i>	37
4.1.3. <i>Resultados de Entrevistas a Expertos</i>	52
4.1.4. <i>Resultados Análisis Comparativo</i>	59
4.2. Resultados de Resultados	60
4.3. Conclusiones y recomendaciones.....	61
4.3.1. <i>Conclusiones</i>	61
4.3.2. <i>Recomendaciones</i>	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

INTRODUCCIÓN

La comunicación ambiental en plataformas digitales es un recurso actualmente utilizado por las organizaciones. La investigación es un análisis comparativo del uso de la red social Facebook como plataforma de comunicación digital en tres organizaciones públicas en Ecuador. El corpus de la investigación es el conjunto de publicaciones sobre comunicación ambiental que los Gobiernos provinciales de El Oro, Carchi y Pastaza, realizaron durante tres meses del año 2023.

En la era digital y en un contexto global cada vez más preocupado por la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, las redes sociales han sido fundamentales para las organizaciones gubernamentales autónomas descentralizadas (GAD). Entre estas plataformas, Facebook ha destacado como una herramienta de alcance masivo, permitiendo a las instituciones comunicarse directamente con la ciudadanía.

Facebook es una de las redes sociales más utilizadas en Ecuador y en todo el mundo, su alcance en Ecuador es significativo, ya que millones 15,7 millones de ecuatorianos utilizan la plataforma para comunicarse con amigos, familiares, empresas y organizaciones. Desde esa premisa se delimita el objeto de estudio: las publicaciones de contenido ambiental en la plataforma Facebook de los tres GAD's provinciales, que se abordará con una metodología descriptiva (cualitativa y cuantitativa), mediante técnicas como: mapeo, análisis de contenido y entrevistas para culminar con análisis comparativo.

La finalidad es realizar un estudio comparativo del uso de Facebook como herramienta de comunicación ambiental en tres organizaciones GAD distintas. A través de este análisis, se buscará comprender cómo estas entidades utilizan esta red social para sensibilizar y educar a la población sobre temas medioambientales, así como para fomentar la participación ciudadana en iniciativas ecológicas. O, si solo han servido como plataforma unicanal de posteo de información sin mayor alcance, ni efectividad.

En el recorrido investigativo se determina como objetivo general, el determinar las potencialidades y las limitaciones que las plataformas de Facebook podrían presentar para este tipo de publicaciones en las organizaciones públicas. Para ejecutarlo se plantearon algunos objetivos específicos, como el de caracterizarlas, actividad fundamental y que se realiza a través de un mapeo descriptivo, donde se determina temporalidad de la *fanspage*, así como el número de

seguidores; además el número total de publicaciones en el período de tiempo escogido, frente al número de publicaciones de contenido ambiental.

También se realiza un análisis de contenido para escudriñar un poco más a profundidad sobre uso de algunos elementos visuales, textuales, de color, formatos, etc. Y para lo cual se usa como instrumento una matriz y la aplicación de la Inteligencia Artificial como soporte informático de apoyo al trabajo de las investigadoras.

La entrevista a expertos y a los responsables de la gestión ambiental de cada organismo provincial se considera importante en este trabajo, por cuanto se puede indagar su criterio respecto a las funciones dentro de las competencias legales y constitucionales de los GAD's, el proceso y gestión de las redes sociales institucionales con este tipo de contenidos como estrategia de evidencia de dicha actividad.

Con esos datos se plantea, por último, una matriz de análisis comparativo que permite identificar semejanzas y diferencias en este tipo de contenidos en las publicaciones en dicha red social de los tres GAD's investigados, con el ánimo de dar respuesta a la interrogante planteada al inicio de la investigación.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO

1.1. Planteamiento del problema de investigación

La protección del medio ambiente es una responsabilidad de todos los ciudadanos, pero la ejecución de políticas públicas, según lo establece la Constitución de la República del Ecuador y el Código de Ordenamiento Territorial (COOTAD). Como lo menciona Cruz-Piza et al. (2020) se establece sobre cada funcionamiento de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. El mismo da a conocer que en el artículo 3 de la COOTAD, las normas deben ser seguidas bajo los siguientes principios: unión, solidaridad, coordinación, equidad interterritorial, participación ciudadana y sustentabilidad, en el que se inculca un modelo de gestión descentralizada. Sobre la difusión de lo que se hace en ese aspecto, también es responsabilidad de dichos organismos, para ello las redes sociales se constituyen con un importante aliado, pues estas plataformas digitales son de uso masivo en la población.

En el contexto ecuatoriano, los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales se destacan como importantes actores en la difusión de contenido ambiental a través de plataformas como Facebook. Este fenómeno se enmarca en la creciente conciencia sobre la importancia de la conservación del medio ambiente en el país y en la realización de actividades que son sus competencias legales. Según estudios recientes, los GAD's han asumido un rol crucial en la divulgación de información sobre temas ambientales, utilizando las redes sociales como herramienta principal.

Como señala González (2023), "las Prefecturas han logrado llegar a una amplia audiencia a través de plataformas como Facebook, fomentando la sensibilización y la participación ciudadana en la protección del entorno natural". El uso de plataformas digitales por parte de los GAD's ha permitido una mayor interacción con la comunidad, generando discusiones y promoviendo acciones concretas en favor del medio ambiente. Investigaciones realizadas por Rodríguez y Díaz (2023) indican que "las publicaciones ambientales de los GAD's en Facebook han generado un importante impacto en la percepción y comportamiento de la población, incentivando la adopción de prácticas más sostenibles". Este fenómeno refleja un cambio

significativo en la forma en que las instituciones gubernamentales se comunican y colaboran con la ciudadanía en temas ambientales.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados, existen desafíos persistentes en la gestión de la información ambiental en las redes sociales por parte de los GAD's. De acuerdo con Mora (2023), "la falta de coordinación entre las diferentes instancias gubernamentales y la ausencia de estrategias claras de comunicación pueden limitar el impacto de las publicaciones ambientales en Facebook". Esta situación resalta la necesidad de una mayor articulación y planificación en la difusión de contenido ambiental en línea.

En definitiva, el contexto ecuatoriano evidencia el papel crucial que desempeñan los GAD's en la difusión de contenido ambiental a través de plataformas como Facebook. Si bien se han logrado avances significativos en la sensibilización y movilización ciudadana, persisten desafíos en la gestión y coordinación de esta información. Es fundamental que las instituciones gubernamentales fortalezcan sus estrategias de comunicación para maximizar el impacto de sus acciones en la protección del medio ambiente.

En ese contexto se plantea como principal razón esta investigación; para determinar si el enfoque de las publicaciones de contenido ambiental en las plataformas de redes sociales específicamente Facebook en los GAD's de las provincias El Oro, Carchi y Pastaza, se hacen con el propósito de reflexionar y educar sobre el cuidado del medio ambiente.

1.2. Justificación

La pertinencia del presente estudio radica en la creciente utilización de las redes sociales y su papel en la comunicación y concienciación ambiental de la ciudadanía. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's) provinciales, como entidades responsables de la gestión ambiental a nivel local, deben buscar formas efectivas de comunicarse con la ciudadanía y promover la participación de la comunidad en la protección y preservación del medio ambiente. Bajo esta perspectiva la investigación se centra en determinar potencialidades y limitaciones de las publicaciones de contenido ambiental en la red social Facebook, para tener una perspectiva de la implementación en los GAD provinciales.

La investigación se centra en los aportes teóricos, prácticos y metodológicos de distintos autores que contribuyeron con la identificación de nuevas y mejores estrategias para preservar la naturaleza desde las acciones digitales de los GAD de las provincias de El Oro, Pastaza y Carchi. Por eso, al determinar a Facebook como el principal medio digital de información, permite tener

mayor alcance, pues es la red social de mayor uso en la población ecuatoriana y esto puede facilitar el cuidado de los entornos naturales de esos sectores.

1.3. Planteamiento del problema

El deterioro del medio ambiente en Ecuador es una problemática que va arruinando el aire, el agua, la biodiversidad y que a la vez aumenta el cambio climático. Esta situación ocupa a los GAD provinciales, pues la degradación de los ecosistemas avanza a paso acelerado. Ante esta problemática surgen las redes sociales como una alternativa que puede aportar a la concientización del cuidado de la naturaleza.

La comunicación digital se ha convertido en un medio esencial de la sociedad actual, pues transformó la forma de comunicación e información. Su importancia radica en la rapidez, accesibilidad, difusión y globalización informativa, ya que mediante la comunicación digital las personas pueden interactuar desde cualquier lugar del mundo que tenga acceso a internet y a un computador o Smartphone, comunicándose a cualquier hora. Los GAD's, pueden hacer de este medio un gran aliado para la comunicación y difusión informativa.

En las organizaciones de carácter público, la administración de los territorios locales, van sujetas a la normativa legal del país. Dentro de sus funciones está la de comunicar y transparentar sus ejecutorias. Para eso, la mayoría de las organizaciones utilizan redes sociales, además de otros productos comunicacionales. Sin embargo, en las tres instituciones objeto de la presente investigación se evidencian los siguientes problemas:

- Falta de producción adecuada de productos comunicacionales de contenido ambiental.
- Falta de planes de comunicación ambiental dentro de los planes de manejo de las zonas naturales.
- Falta de caracterización y seguimiento de los contenidos publicados por los GAD's.
- Desconocimiento de producción de contenidos ambientales para redes sociales.
- Inadecuado manejo de la plataforma Facebook para generar conciencia en temas ambientales
- Escaso nivel de respuesta y participación de la audiencia en las páginas de los GAD's y en sus redes sociales.
- Poco nivel de interactividad alcanzado por los GAD's en dicha red social.

En torno a esta problemática surge la siguiente pregunta investigación:

¿Cuáles son las potencialidades y limitaciones de las publicaciones de contenido ambiental Facebook para la promoción de la gestión ambiental de las organizaciones públicas en territorios provinciales?

Y a partir de ésta, surgen las complementarias:

- Cuáles son las plataformas digitales y redes sociales que usan los GAD's provinciales
- ¿Publican contenido ambiental en sus Fanpage?
- ¿Cuáles son los tipos de contenido ambiental que se publican en Facebook de esos GAD's?
- ¿Cuántos seguidores tiene cada red? ¿Han logrado interactividad con este tipo de contenidos?
- ¿Cómo se gestionan este tipo de contenidos, desde cada uno de los GAD's?
- ¿Toman en cuenta a los especialistas ambientales para generar contenido?
- ¿Cuáles son las semejanzas y diferencias en las publicaciones de comunicación ambiental en las redes sociales de Facebook de los tres GAD's?
- Para dar respuesta a dichas interrogantes se plantean como objetivos de la investigación:

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar potencialidades y limitaciones de la promoción de la gestión ambiental de las organizaciones públicas, a través de un análisis comparativo en tres plataformas de Facebook de GAD's provinciales de Ecuador, en el año 2023.

1.4.2. Objetivo Específicos

- Caracterizar las plataformas digitales y las redes sociales en las tres organizaciones públicas, a través de un mapeo.
- Evaluar las publicaciones ambientales de las tres instituciones en un público determinado, a través de un análisis de contenido, con el uso de Inteligencia Artificial.
- Determinar semejanzas y diferencias en las publicaciones de Facebook en comunicación ambiental de la muestra escogida, a través del análisis comparativo.

1.5. Hipótesis

La hipótesis central de esta investigación plantea que los GAD's de El Oro, Carchi y Pastaza, durante los meses de mayo, junio y julio, no utilizaron de manera efectiva la red social

Facebook como herramienta estratégica para comunicar sus acciones en protección al medio ambiente, que son sus competencias constitucionales.

1.6. Variables

1.6.1. Variable dependiente

Impacto o efectividad de los mensajes ambientales

1.6.2. Variable independiente

El uso de Facebook como medio de mensajes ambientales en las prefecturas.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

La gestión ambiental sigue siendo un tema vital en la agenda global, enfatizando en la necesidad de políticas y prácticas sostenibles. En palabras de Smith (2022), "la gestión ambiental efectiva es fundamental para garantizar la perseveración de los recursos naturales y la mitigación de los impactos adversos sobre el medio ambiente". Esta cita describe la urgencia de implementar estrategias que promuevan la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad, al tiempo que se abordan los desafíos relacionados con el cambio climático y la degradación ambiental. La gestión ambiental se erige como un pilar fundamental para el desarrollo sostenible y la salvaguarda del planeta para las generaciones futuras.

2.1. Gestión Ambiental en las Organizaciones

La Gestión Ambiental es definida como “el conjunto de acciones encaminadas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión relativo a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente, basándose en la coordinada información multidisciplinaria” (Anampi et al. 2018, citando a Medel y García, 2011), El desempeño de las organizaciones, debe orientarse a las exigencias ambientales, donde la eficiencia operacional, conjuntamente con la preservación de los recursos naturales, genere el mínimo impacto posible al ecosistema, y esto debe ser medible y verificable con el pasar del tiempo; de esta manera se desarrolla una imagen de sensibilidad, responsabilidad y seriedad de las organizaciones (Anampi et al. 2018).

Actualmente, es importante que las organizaciones se comprometan periódicamente a analizar nuevas tecnologías que contribuyan a minimizar los impactos en la naturaleza, por lo que se dispongan de cumplir con la normativa legal vigente y la de sus políticas ambientales internas para instaurarse según la razón de ser de estas, apegándose a la buena práctica ambiental emitida por el Ministerio del Ambiente (Malavé & Fernández, 2020). De acuerdo con la Ley de Gestión Ambiental (2004), determina “las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia” (pág. 1). Esto implica la responsabilidad de preservar el medio ambiente mientras efectúan las diversas actividades y que utilicen los recursos de manera consciente y sostenible.

Las estrategias comunicacionales desempeñan un papel crucial en la gestión ambiental, facilitando la difusión de información, la sensibilización pública y la promoción de comportamientos sostenibles. Como afirma García et al. (2022), "una comunicación efectiva es esencial para involucrar a la sociedad en la protección del medio ambiente y promover la participación en iniciativas ambientales". El autor resalta la importancia de adoptar enfoques comunicativos que fomenten la comprensión y el compromiso de la población en la conservación de los recursos naturales.

En este contexto, la utilización de medios de comunicación tradicionales y digitales se ha convertido en una herramienta fundamental para las organizaciones ambientales y gubernamentales. Según estudios recientes (Martínez y Pérez, 2022), "la combinación de estrategias comunicativas, que abarcan desde campañas en redes sociales hasta la difusión de contenido en medios de comunicación masiva, puede amplificar el impacto de las iniciativas de gestión ambiental". Estas investigaciones destacan la importancia de adaptar las estrategias comunicacionales a las necesidades y características de la audiencia, con el fin de maximizar la efectividad de las acciones destinadas a proteger el medio ambiente.

2.2. Comunicación Ambiental

La comunicación ambiental emerge como un campo interdisciplinario fundamental en la promoción de la conciencia y la acción en favor de la protección del medio ambiente. En palabras de González et al. (2021), "la comunicación ambiental no solo implica la transmisión de información sobre temas relacionados con el medio ambiente, sino también la creación de vínculos emocionales y la motivación para el cambio". Esta cita subraya la necesidad de adoptar enfoques comunicativos que trasciendan la mera difusión de datos y fomenten una conexión más profunda con la naturaleza y sus problemas.

Contenidos (2022) citando a Castro (1999), define a la comunicación ambiental como el proceso de desarrollo e intercambio de información entre diversos actores con el objetivo de promover la extensión de conocimientos, actitudes y comportamientos proambientales y sostenibles que aporten al cuidado y preservación del medio ambiente. Sin duda la comunicación ambiental aporta en el desarrollo reflexivo que promuevan el cambio cultural y así prevenir problemas ambientales; no debe ser simplemente un medio para lograr objetivos específicos, sino más bien un campo de estudio que incluya el examen de los aspectos económicos, políticos, relaciones ideológicas y de poder (Contenidos, 2022).

La educación ambiental se ha constituido en un proceso que permite a las personas investigar sobre temáticas ambientales, involucrarse en la resolución de problemas y tomar medidas para mejorar su entorno ambiental, para ello se respalda en el pensamiento crítico, la reflexión, y estimula sus propias habilidades de resolución de problemas y toma de decisiones. Como resultado, los individuos alcanzan un entendimiento más profundo de las temáticas ambientales, empatía hacia los ecosistemas y tienen las herramientas para tomar decisiones informadas y responsables (Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos, 2022).

Actualmente, la comunicación ambiental se ha diversificado, abarcando desde campañas educativas hasta movilización social en línea. Investigaciones recientes (Pérez y Martínez, 2021) sugieren que "la incorporación de tecnologías digitales y redes sociales ha ampliado el alcance y la interacción de las iniciativas de comunicación ambiental, permitiendo una mayor participación ciudadana y un diálogo continuo sobre cuestiones ambientales". Este enfoque adaptable y participativo evidencia la importancia de utilizar herramientas comunicativas innovadoras para abordar los desafíos ambientales actuales y promover una mayor responsabilidad individual y colectiva hacia el medio ambiente.

2.3. Responsabilidad Social Corporativa

Se refiere al compromiso que asumen las empresas para impactar positivamente en la sociedad y el entorno en el que operan, que va más allá de sus objetivos financieros. Considere los efectos de sus decisiones y acciones en el bienestar de las personas, el bienestar de la comunidad, la sostenibilidad ambiental y los principios éticos (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad, 2023). La Responsabilidad Social Corporativa se ha convertido en un estándar esperado para las empresas. No solo para mejorar la imagen y la reputación sino también para generar beneficios a largo plazo al construir relaciones sólidas con sus partes interesadas y contribuir al desarrollo sostenible en su conjunto.

Junto a la Responsabilidad Social Corporativa se encuentra la Responsabilidad Social Ambiental (RSA), la cual se enfoca en la ecología y el medio ambiente, busca reducir o evitar el daño de especies y a la naturaleza. También, busca acciones en beneficio de las futuras generaciones, por las acciones o las no-acciones de otra persona o grupo. En la RSA se incluyen acciones para preservar nuestro entorno como la regla de las 3 R y la regla de las 5 R ecológicas para reducir basura y residuos (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad, 2023).

2.4. Redes Sociales

Las redes sociales son plataformas en línea que permiten a las personas conectarse y comunicarse entre sí, compartir información, contenido multimedia y participar en interacciones sociales en línea. Estas plataformas han generado experiencias virtuales enriquecedoras entre amigos, familiares y personas de todo el mundo. Herrera (2015), citando a Celaya (2008), define a las redes sociales como “lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (pág. 4). La principal función de una red social es conectar personas dentro del mundo virtual, sea para construir nuevas conexiones sociales o solo para mantener las existentes. Lo cual hace innegable el éxito de las redes sociales, como Facebook y WhatsApp (Guest, 2019).

Las redes sociales ofrecen beneficios, desafíos y también impactos negativos, como por ejemplo la sobreexposición, la adicción, la polarización de opiniones y la difusión de información errónea son algunos de los problemas que las personas, las empresas y los gobiernos deben abordar para aprovechar al máximo el potencial positivo de estas plataformas. En este sentido, la gestión responsable y ética del uso de las redes sociales es fundamental para garantizar un entorno en línea seguro y saludable.

2.4.1. Tipos de Redes Sociales

El ecosistema digital actual tiene una gran variedad de redes sociales y es importante conocer los diferentes tipos para aprovecharlas. A continuación, algunos de los tipos de redes sociales:

2.4.1.1. Redes Sociales Verticales

Son plataformas en línea diseñadas para un público o industria particular. Están enfocadas en conectar a individuos con intereses, profesiones o actividades comunes. LinkedIn es un ejemplo destacado de una red social vertical, ya que se centra en conectar profesionales de diferentes sectores, permitiéndoles establecer contactos laborales, buscar oportunidades laborales y compartir contenido relacionado con sus campos. Martín (2021), menciona que las redes sociales verticales son aquellas que agrupan a los usuarios sobre una temática concreta.

También se les conoce como redes sociales temáticas y dentro de ellas existen divisiones en función de actividades o intereses más específicos. Este tipo de redes no presentan una base de usuarios enorme, pero los usuarios que sí tienen están segmentados y sus interacciones pueden ser considerablemente más rentables.

2.4.1.2. Redes Sociales Horizontales

Las redes sociales horizontales son aquellas con una comunidad generalista, donde los usuarios no están definidos por una temática o actividad concreta. Estos canales permiten el acceso y la participación libre. La mejor representación de este tipo de red social es Facebook, pero también se considera red social horizontal a Instagram (Martín, 2021). Las redes horizontales son útiles para la comunicación y la interacción social, adaptándose a fines personales como profesionales. Estas redes sociales pueden ser utilizadas para la publicidad y el marketing, ya que permiten llegar a una audiencia específica y crear una comunidad en línea alrededor de una marca o producto.

Facebook es un ejemplo clave de una red social horizontal, ya que permite a los usuarios conectarse con amigos y familiares, compartir una variedad de contenido y unirse a grupos diversos en función de sus intereses. Según Kadoch (2023), de esta manera se constituyen en una herramienta valiosa para la comunicación y el marketing con una amplia capacidad para conectar a las personas y promocionar productos o servicios a un público amplio que tiene diversos intereses.

2.4.2. Redes Sociales Mixtas

Para Ivan (2023). Las redes sociales mixtas permiten a usuarios y empresas desarrollar actividades profesionales y personales a través de sus perfiles, por lo que se consideran plataformas que intentan combinar elementos verticales y horizontales. Entre las redes sociales mixtas más destacadas se encuentran las establecidas por Fernández (2022), y son las siguientes:

- **Facebook:** Red social horizontal líder a nivel mundial que permite a los usuarios conectarse, compartir contenido diverso como vídeo, imagen o texto, y participar en grupos de interés. Facebook es la red social favorita de los Millennials y la Generación X; además que sigue manteniendo su reinado con 2.449 millones de usuarios.
- **LinkedIn:** Red social vertical con un perfil más profesional, centrada en conexiones profesionales, búsqueda de empleo y desarrollo de la carrera. LinkedIn tiene 303 millones de usuarios activos. La franja de edad de los usuarios en la mayor parte es de 35 a 54 años.
- **YouTube:** Plataforma horizontal que permite a los usuarios subir, ver y compartir videos sobre una variedad de temas. Es la segunda red social más utilizada, esto se debe a la gran

capacidad de interacción con otras redes y el boom de los influencers o youtubers.

- **TikTok:** Plataforma mixta de videos cortos que se centra en la creatividad y la expresión personal, abierta a una amplia audiencia. Lo novedoso de esta red es que cualquier persona puede crear contenido debido a su simplicidad.

2.5. Uso de Facebook en Ecuador

Facebook se considera la red social que ha estado a la vanguardia mundialmente, pues su funcionalidad permite a los usuarios desarrollar diversas actividades. Zeler (2017), menciona que en América Latina Facebook es la red social de mayor crecimiento, pues genera importantes oportunidades para las organizaciones, ya que brinda la posibilidad de crear páginas de fans, marcas, anuncios, etc. para conectar con la comunidad.

Uno de los aspectos destacados de Facebook es su accesibilidad. La plataforma es muy accesible, lo que implica que esté al alcance de una amplia población de ecuatorianos, sin duda esto es importante para las organizaciones que desean llegar a un público diverso y extenso. Santos (2023), menciona que cada red social tiene tráficos distintos, lo cual genera horarios con tráfico más alto y otros más bajos, en este sentido, el mejor horario para publicar en Facebook es el siguiente (véase tabla 1):

Tabla 1

Horario para publicar en Facebook

Mañana	07:00 a 11:00 a.m.
Tarde	13:00 a 15:00 pm
Día	Lunes, miércoles y viernes

Fuente: Santos (2023)

Como se menciona en Diario El Universo (2023), en Ecuador, Facebook ha demostrado ser una plataforma fundamental y con una amplia población de usuarios con 15,7 millones de usuarios activos, esta red social se ha convertido en el epicentro de la conectividad digital en el país. Las personas que más usan esta red social en el país tienen entre 25 y 34 años y el grupo que menos la usa está en el rango de 55 años en adelante (Dávalos, 2020). La influencia de Facebook en Ecuador va más allá de conectar a individuos; también es esencial en la comunicación y el compromiso de las organizaciones con sus audiencias externas.

2.5.1. Facebook para Comunicación Ambiental

El uso de Facebook como plataforma para la comunicación ambiental ha crecido mucho en los últimos años, destacando por su alcance masivo y su capacidad para fomentar la participación ciudadana en cuestiones ambientales. Según Rodríguez y Díaz (2023), "Facebook ofrece una plataforma versátil para la comunicación ambiental, permitiendo a las organizaciones llegar a una audiencia diversa y promover la conciencia sobre temas críticos de forma accesible y atractiva". Aquí radica importancia de aprovechar las características únicas de esta red social para desarrollar estrategias efectivas de comunicación ambiental. Realidad que no se usan de manera adecuada en la mayoría de las instituciones.

Sin embargo, es crucial reconocer que el uso adecuado de Facebook en la comunicación ambiental requiere una comprensión profunda de las dinámicas de la plataforma y de las preferencias de la audiencia. Como señala González et al. (2023), "es fundamental utilizar un enfoque estratégico en la gestión de contenidos en Facebook, asegurándose de ofrecer información relevante, visualmente atractiva y fácilmente compartible para maximizar el impacto y el compromiso de la audiencia". Esta perspectiva destaca la importancia de la planificación cuidadosa y la adaptación continua de las estrategias de comunicación ambiental en Facebook para lograr resultados óptimos en la promoción de la conciencia ambiental y la acción.

2.5.2. Organización Político-Administrativa del Territorio Ecuatoriano

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador (2008), la administración pública de sus territorios se estructura de la siguiente manera:

2.5.2.1. Gobierno Central

Para el Ministerio de Economía y Finanzas (2021), el Gobierno central de Ecuador hace referencia a la rama ejecutiva del gobierno y a las entidades gubernamentales que operan en todo el territorio, como son los Ministerios y Secretarías de Estado y sus entidades adscritas, también está la Función Legislativa, Judicial, Consejo Nacional Electoral y la Corte Constitucional.

Según Carillo (2016), al hablar de un gobierno centralizado, no necesariamente se refiere a que exista solo una entidad nacional dotada de potestad legislativa, ya que en la actualidad la potestad del Estado ecuatoriano es compartida entre los organismos mencionados. En Ecuador se evidencia que las máximas orientaciones políticas surgen del nivel nacional y son aplicables en todo el territorio, aunque existe autonomía de decisión política a nivel local, enmarcada en los

lineamientos establecidos en la constitución de este modo surgen los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

2.5.2.2. Gobiernos Autónomos Descentralizados

Para Batallas (2013), hablar de descentralización en el Ecuador es referirse a cambios importantes en la concepción de los gobiernos seccionales y sus sistemas de gestión, lo cual, a su vez, les conlleva a enfrentar grandes desafíos y cambios en su estructura política, administrativa y económica. La Constitución de la República del Ecuador (2008), en el artículo 238 plantea que los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

La descentralización se fundamenta en el ejercicio de competencias exclusivas por niveles de gobiernos y de la transferencia complementaria de otras competencias del Estado central a los gobiernos autónomos descentralizados, conocidos como Gobiernos Regionales, Provincias, Distritos Metropolitanos, Municipios y Juntas Parroquiales, también llamados GAD o gobiernos autónomos.

2.5.2.3. Gobiernos Provinciales

El Gobierno Provincial es un organismo político que planifica, dirige estrategias y busca mecanismos apropiados para la intervención en determinado territorio provincial. Este gobierno define e implementa políticas públicas adaptadas a la realidad y a la diversidad de la provincia en la cual se ejerce la gobernanza (Enríquez, 2017, citando a Marcou, 2010). Mediante el Gobierno Provincial se genera una articulación con lo nacional y con lo local. Desde esta instancia intermedia hacia lo local se puede aprovechar el potencial del territorio provincial a nivel productivo, cultural, encontrar equilibrio en el manejo ambiental, social y hacia lo nacional y realizar articulaciones adecuadas con los central y actores pares (Enríquez, 2017)

2.5.2.4. Gobierno local o municipal

El Gobierno Municipal es la entidad territorial que está a cargo del territorio municipal, éste goza de autonomía política, fiscal y administrativa dentro de los límites convenidos por la Constitución y las leyes de descentralización de cada país (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2023). Esta forma de gobierno se enfoca en una gestión gubernamental que se hace en una misma ciudad, pueblo o municipio, y su tarea principal es

administrar los asuntos propios de esa área geográfica y ofrecer servicios a la población residente allí. Para Pindado (2005), los gobiernos locales se formalizan a partir del resultado de las elecciones municipales, en las que participarán representantes libremente elegidos, en elecciones periódicas, por sufragio universal, y se regirán por la ley del sistema nacional. De esta manera definirán las políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

2.5.3. Gobierno Autónomo Descentralizado de El Oro - Región Costa

La Provincia de El Oro forma parte de la Región Litoral y tiene una extensión territorial de 6.188 km² la cual está conformada por 714. 592 habitantes de acuerdo con el censo INEC 2022. El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro está enfocado en desarrollar capacidades locales para producir conocimiento de la realidad local y sus recursos, así como una cultura de administración, negocios y sociedad. Destaca la idoneidad del marco jurídico necesario, la coordinación y responsabilidad en el manejo y conservación de los recursos naturales, y fortalece la gestión de los recursos humanos a nivel local, provincial, nacional e internacional para lograr el desarrollo integral de la provincia con miras a brindar bienestar y un alto nivel de vida a sus habitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro, 2019).

2.5.4. Gobierno Autónomo Descentralizado de Carchi – Región Sierra

La provincia del Carchi se ubica en el extremo norte del callejón interandino, su extensión territorial es de 3.604,33 Km² y su población alcanza un total de 172.828 habitantes distribuida en cinco cantones, según el censo INEC, 2022. Esta población representa el 1.1 % de la población total del Ecuador (Carchi Prefectura, 2016). La misión del GAD de la provincia del Carchi es planificar el desarrollo provincial, con participación y apropiación ciudadana de los objetivos y productos estratégicos para la transformación, modernización y progreso de la Provincia del Carchi, concebida como una unidad territorial, económica y social, razón por la que el modelo de gestión pública por resultados del gobierno provincial impulsa la toma de decisiones y acciones con los gobiernos nacional, regionales, cantonales y parroquiales, para concertar y armonizar políticas públicas provinciales que garanticen un desarrollo que reduzca la desigualdad, la pobreza y la exclusión social (Prefectura del Carchi, 2022).

2.5.5. Gobierno Autónomo Descentralizado de Pastaza – región amazónica

La provincia de Pastaza forma parte de la región amazónica, su estructura territorial se

compone de cuatro cantones y veintiuna parroquias. Su extensión territorial es de 29.643,33 Km² y su población es de 83.933 habitantes (Gobierno Provincial de Pastaza, 2019). La misión del GAD de Pastaza se enmarca en construir el desarrollo de la provincia, a través del cumplimiento de las competencias asignadas al Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial, vinculando activamente la participación ciudadana en la toma de decisiones, mejorando la calidad de vida de los habitantes de Pastaza (Gobierno Provincial de Pastaza, 2019).

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación tiene un enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas, siendo de alcance descriptivo. Su propósito es especificar características, propiedades y perfiles del fenómeno analizado para precisar dimensiones o situaciones.

Mediante los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Sampieri, 2017). La investigación se sustenta en el análisis de diversas fuentes bibliográficas relacionadas con el tema de estudio, se recurrió a la interpretación de textos, informes, tesis, revistas e internet, que sirven para fundamentar el estudio. Según Hernández (2017), la investigación bibliográfica-documental se usa para contextualizar el problema de estudio planteado y recopilar la información de respaldo para plasmarla en el marco teórico.

La investigación también es comparativa, pues se trata de comparar el uso de una plataforma digital por parte de tres organizaciones con respecto a una misma temática, en este caso la gestión ambiental. Según Ortega (2023) El grado en que dos variables se encuentran relacionadas en diversos contextos, esto implica comparar elementos para comprender mejor las similitudes y diferencias entre ellos, utilizando métodos y analizando los resultados para determinar conclusiones.

3.1. Materiales

Humanos: Las investigadoras cuya actividad está determinada por su carácter de estudiante dentro de un proceso de titulación: Génesis Jaramillo y Evelyn Morocho. Bajo la tutoría de docentes universitarios.

Técnicos: Los materiales técnicos que permitirán abordar y desarrollar la investigación son la red social de Facebook de los Gad's, páginas web y trabajos de investigación relacionadas al tema para obtener información y poder efectuar el mapeo y el análisis de contenido.

3.2. Técnicas

Para el abordaje del objeto de estudio y la ejecución de cada objetivo de investigación, previamente definido se plantea las siguientes técnicas con sus respectivos instrumentos:

Tabla 2*Matriz de Técnicas e Instrumentos*

OBJETIVO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Caracterizar las plataformas digitales y las redes sociales en las tres organizaciones públicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Mapeo 	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de mapeo descriptiva
Evaluar las publicaciones ambientales de las tres instituciones en un público determinado.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de contenido, con el uso de inteligencia artificial • Entrevista a expertos 	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de análisis de contenido • Cuestionario
Determinar semejanzas y diferencias en las publicaciones de Facebook en comunicación ambiental de la muestra escogida.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis comparativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz semejanzas y diferencias

Fuente: Investigación-Elaboración Propia

3.2.1. Mapeo

El mapeo en investigación científica es una técnica esencial que proporciona una visión estructurada y comprensiva de un campo de estudio particular. Se busca identificar relaciones, tendencias y patrones existentes entre diferentes elementos o publicaciones, dentro de un dominio específico. Este enfoque, que combina herramientas con el juicio experto del investigador, permite visualizar de manera sistemática la información relevante y facilitar la identificación de áreas de interés emergentes y oportunidades para futuras investigaciones. El mapeo se ha convertido en una herramienta invaluable para la planificación y el desarrollo de investigaciones.

El mapeo es una tabla donde se describen las características o los datos mediante un mapa conceptual y, con base en éste, profundizar en la revisión de la literatura y el desarrollo del marco teórico. Luego, esto servirá para profundizar en los temas y detallar cada aspecto propuesto en el mapa. Con este método se pueden jerarquizar los contenidos y establecer las relaciones entre ideas (Euroinnova, 2023).

3.2.2. Análisis de Contenido

El análisis de contenido en investigación científica es una metodología rigurosa y sistemática utilizada para examinar y comprender datos cualitativos, textos, imágenes o documentos, para identificar patrones, temas, significados y relaciones subyacentes. Esta técnica, que se basa en una cuidadosa codificación y categorización de los datos, proporciona una base

sólida para la interpretación y la generación de conclusiones significativas en una amplia gama de disciplinas académicas. Contribuye al desarrollo teórico y la generación de nuevo conocimiento, siendo una herramienta esencial en la investigación cualitativa y mixta.

El análisis de contenido “es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto” (López, 2009, pág. 7 citando a Berelson, 1952). El análisis de contenido se mueve entre dos polos: la objetividad y la subjetividad, es así como esta técnica se constituye en un instrumento de respuesta a esa curiosidad natural del ser humano por descubrir la estructura de la información, bien en su composición, en su forma de organización o dinámica (López, 2009).

Uso de IA

Mota (2023), menciona que el análisis de contenido con inteligencia artificial (IA) en investigación científica representa un avance significativo en la capacidad de procesar y extraer información de grandes conjuntos de datos textuales de manera eficiente y precisa. La IA, mediante algoritmos de procesamiento de lenguaje natural y aprendizaje automático, posibilita la automatización de tareas de codificación y categorización, permitiendo a los investigadores analizar enormes cantidades de texto de manera rápida y sistemática. Esta técnica no solo agiliza el proceso de análisis, sino que también puede identificar patrones y tendencias difíciles de percibir por métodos tradicionales. Sin embargo, es importante destacar que el análisis y la contextualización de los resultados siguen siendo responsabilidad de las investigadoras.

3.2.3. Entrevistas

La entrevista, como técnica en investigación científica, sirve para obtener información valiosa y enriquecedora directamente de los participantes o informantes clave. Este método cualitativo permite una interacción cercana entre investigador y entrevistado, lo que facilita la profundización en temas, la exploración de perspectivas individuales y la captura de matices que pueden escapar a otras técnicas. Puede ser estructurada o no estructurada, según los objetivos de la investigación, y su flexibilidad brinda la oportunidad de adaptarse a diversas situaciones y contextos. Se plantea su planificación, diseño y análisis, para que contribuya de manera significativa al entendimiento y la interpretación del fenómeno social estudiado.

La entrevista es definida como una técnica de recolección de información a través de la interacción de dos personas (entrevistador y entrevistado), mediante la formulación de preguntas abiertas o en algunos con opciones bajo una justificación de estas. Su principal objetivo es

obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas en torno a una temática de estudio (Folgueiras, 2016).

3.2.4. *Análisis Comparativo*

La técnica de análisis de contenido permitirá abordar similitudes y diferencias entre las publicaciones objeto de estudio. Es parte del método científico que se puede usar tanto en ciencias sociales como en ciencias exactas. Permite determinar, a partir de la reflexión, algunos aspectos de potencialidades de la red social que pueden ser optimizadas para fines de la gestión ambiental.

Según Nohlen (2020), mediante el método comparativo se puede llegar a generalizaciones empíricas y a la comprobación de hipótesis. Una de las ventajas del método comparativo reside en que brinda libertad al investigador para el desarrollo de un diseño propio de investigación, quien debe aprender a generar un entendimiento flexible y al tiempo un manejo controlado de alternativas estratégicas de investigación. De esta manera tienden a ocupar un lugar destacado en diversas ciencias y no por el valor de descripciones, explicaciones o interacciones, sino como un problema social.

3.2.5. *Análisis Exploratorio*

En este trabajo se aplicó un análisis exploratorio, que implica usar gráficos y visualizaciones para explorar, analizar y resumir datos. El objetivo de este proceso es explorar, investigar y aprender (Portal de formación estadística, 2023). Con este método, se pueden identificar errores, descubrir valores inusuales, verificar la conexión entre variables (correlaciones) y excesos y analizar los datos con representaciones gráficas y resumen de los elementos relevantes (secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, 2021).

3.3. Instrumentos

3.3.1. *Matriz de mapeo*

En el mapeo se utilizan matrices de características descriptivas, según Guevara, et al. (2020) la investigación descriptiva se realiza cuando se desea describir una realidad en todas sus partes principales. Este tipo de investigación tiene relación causal y busca describir o acercarse a un problema y precisar las causas subyacentes. La matriz descriptiva se utiliza para organizar y presentar la información de manera concisa, estructurada y detallada. En el contexto de la investigación, se utiliza para presentar de manera clara y coherente las variables y sus respectivas descripciones.

Para la técnica del mapeo, se plantea la utilización de la siguiente matriz descriptiva, que se aplicará a la muestra objeto de estudio:

Tabla 3
Matriz de Mapeo Descriptivo

VARIABLES	GAD EL ORO	GAD DEL CARCHI	GAD PASTAZA
Ubicación geográfica			
Estructura de la organización			
Logos institucionales			
Estructura Página WEB			
Gestión ambiental			
Redes sociales de la institución			
Perfil FB			
Tiempo en red social FB			
Número de seguidores en FB			
Tipos de publicaciones en sus páginas de FB			
Formatos de publicaciones que prevalecen en FB			

Fuente: Internet-Elaboración Propia

3.3.2. *Matriz Análisis de Contenido con uso de IA*

Pérez (2023) afirma que, debido a sus capacidades avanzadas de automatización, análisis y precisión, la inteligencia artificial (IA) es crucial para el análisis de contenido de la investigación. En este contexto, la IA tiene ventajas, como automatizar tareas repetitivas, mejorar la toma de decisiones, agilizar el análisis, reducir el error humano y encontrar patrones y relaciones en los datos difíciles de identificar para los analistas humanos. Es evidente que la IA aporta beneficios significativos que pueden potenciar el análisis de contenido en la investigación.

Se utilizará como instrumento una matriz para determinar algunas características y contenidos de las publicaciones ambientales de cada GAD en el año 2023. El uso de la Inteligencia Artificial Bing Chat, ChatGPT y Font Squirrel servirá como instrumento novedoso para analizar determinados aspectos de las páginas web y de imágenes específicas relacionadas al tema, publicadas en Facebook.

Tabla 4
Matriz de Análisis de Contenido

VARIABLES	GAD EL ORO	GAD DEL CARCHI	GAD PASTAZA
Página web			
Información relacionada con el medio ambiente			

Imagen
Colores
Tipografía
Iconos
Personajes

Fuente: Elaboración Propia

3.3.3. *Cuestionario para entrevistas*

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben redactarse de manera coherente, organizada, secuenciada y estructurada de acuerdo con un plan para que sus respuestas nos brinden toda la información necesaria (Euroinnova, 2023). De esta manera se asume que el cuestionario es una herramienta investigativa que permite recopilar información de los participantes en una investigación, y su diseño y administración son fundamentales para obtener resultados precisos y útiles.

Es un instrumento relacionado directamente con la entrevista, que se fundamenta en preguntas sobre los aspectos de interés de una investigación y que el entrevistado responde. Es la herramienta que permitirá plantear un conjunto de preguntas para recoger información para posterior tratamiento cualitativo. Para efecto de su ejecución se plantea el siguiente cuestionario:

Tabla 5

Cuestionario entrevista a expertos

PREGUNTAS
1. ¿De qué manera cree usted se promueve la Gestión Ambiental?
2. ¿Qué actividades cree usted que se priorizan para publicar en redes sociales institucionales?
3. ¿Cómo cree usted que se planifican las publicaciones de gestión ambiental en las redes sociales institucionales?
4. ¿Qué cree usted que deben priorizar al momento de publicar contenido ambiental, imágenes o videos? ¿por qué?
5. ¿Cómo realizan los monitoreos de las publicaciones en RRSS?
6. ¿Usted considera que las publicaciones de índole ambiental deben hacerse en las páginas digitales o en los medios tradicionales?
7. ¿Cuándo son publicaciones de temas ambientales los especialistas del área dan el contenido o lo crean ustedes?

Fuente: Entrevistas-Elaboración Propia

3.3.4. *Matriz de Semejanzas y Diferencias*

La matriz de semejanza y diferencia es una herramienta que se utiliza para comparar dos o más elementos teniendo en cuenta sus similitudes y diferencias. Este tipo de matriz es utilizada para contrastar dos o más elementos, fenómenos o situaciones, mostrando sus similitudes y

diferencias de forma resumida y concentrada a través de columnas y filas (Editorial Etecé, 2022)

Es el instrumento que se plantea utilizar dentro de la técnica de análisis comparativo que permitirá evidenciar las variables a analizar respecto a las semejanzas y diferencias de las publicaciones en la muestra determinada.

Tabla 6

Matriz de análisis comparativo de publicaciones en Facebook de contenido ambiental

INSTITUCIONES	Semejanzas	Diferencias
EL ORO		
PASTAZA		
CARCHI		

Fuente: elaboración propia

3.4. Universo y muestra

Según Moreno (2013), el universo de estudio en una investigación de carácter social es un conjunto de individuos, objetos o fenómenos objeto de estudio que comparten algunas características definitorias. Se seleccionará un subconjunto, conocido como muestra, para investigar el conjunto en su totalidad.

El universo de estudio en la presente investigación son todas las publicaciones en la red social Facebook de los tres Gobiernos Autónomos Descentralizados de las provincias escogidas del Ecuador realizadas en el periodo de tiempo planteado en la investigación.

Tabla 7

Matriz de publicaciones en Facebook de contenido ambiental

INSTITUCIONES	POBLACIÓN	PUBLICACIONES EN FACEBOOK (MAYO, JUNIO Y JULIO)
GAD DE EL ORO	714.592 habitantes	334
GAD CARCHI	164.524 habitantes	117
GAD PASTAZA	83.933 habitantes	255

Fuente: Investigación - Elaboración propia

Se aplicó un *muestreo no probabilístico*, donde el investigador elige al azar a los recursos de la investigación, este método de muestreo no es un proceso de selección fijo o predefinido. En este caso, la muestra se define como un proceso o conjunto de técnicas para obtener una muestra finita de una población finita o infinita para estudiar y caracterizar la población en su conjunto (Gómez, 2018). En este sentido, la muestra establecida es el conjunto de publicaciones de contenido ambiental de la red social Facebook que publicaron los GAD's de las Provincias de El Oro, Carchi y Pastaza en los meses de mayo, junio y julio del 2023.

Tabla 8*Universo y muestra*

UNIVERSO DE ESTUDIO	Publicaciones de redes sociales de los Gad's provinciales de El Oro, Carchi y Pastaza. El Oro: 334 Carchi: 117 Pastaza: 255
MUESTRA DETERMINADA	Publicaciones de contenido ambiental en la red social Facebook de los Gad's provinciales de El Oro, Carchi y Pastaza durante los meses de mayo, junio y julio año 2023. El Oro: 11 Carchi: 6 Pastaza: 13

Fuente: Internet-Elaboración Propia

Para cumplir el segundo objetivo específico, la muestra en la técnica de la entrevista son expertos en comunicación, gestión ambiental y redes sociales.

Tabla9*Muestra entrevistas a expertos*

PROFESIONAL EXPERTO
Rosa León Actual responsable del proceso de comunicación y redes sociales del Parque Nacional Galápagos, institución donde labora por 18 años.
Mario León Director de Gestión Ambiental del GAD de la provincia de El Oro, lleva laborando 4 años.
Ramiro Ruales Mgtr. Comunicación Organizacional y docente de la Universidad Nacional de Chimborazo en la Facultad de Comunicación Social.
Luis Chuva Jefe del departamento de comunicación del Gad del Sigsig, estuvo al frente del Gad's parroquial, instituciones privadas y también en la Prefectura del Azuay.
Jorge Maza Diseñador Gráfico y Comunicador Visual. Mgtr en Diseño Multimedia e Información Digital. 10 años laborando como docente en la Universidad Técnica de Machala.

Fuente: Entrevistas-Elaboración Propia

CAPÍTULO IV RESULTADOS

En esta sección, se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis de datos recopilados en nuestra investigación sobre la efectividad de las publicaciones de contenido ambiental en las plataformas de redes sociales, con un enfoque particular en Facebook. Los datos recopilados abarcan un período de tres meses y provienen de diversas fuentes, incluidas las métricas de las publicaciones, interacción del usuario y las entrevistas a expertos. Con un análisis exhaustivo de estos datos, se busca identificar patrones comunes, tendencias y correlaciones que alumbran las estrategias más eficaces para la comunicación ambiental en entornos digitales, y contribuir al desarrollo de prácticas óptimas en este campo.

4.1. Resultados y Discusión

Con la aplicación de las técnicas e instrumentos planteados, la investigación arroja los siguientes resultados:

4.1.1. Resultados del Mapeo




Mediante la aplicación de las matrices como instrumentos de investigación en la técnica de mapeo se encontraron los siguientes hallazgos:

- Son organismos seccionales de carácter provincial en tres diferentes regiones geográficas de Ecuador.
- La provincia con mayor número de habitantes, El Oro, es la que coincide con mayor número de seguidores en su red social FB
- Los GAD's analizados cuentan con más de dos redes sociales, siendo la principal: Facebook.
- Las publicaciones son de carácter informativo y propagandístico de sus principales.
- Las páginas de Facebook de los GAD no superan los 12 años de creación como el caso de El Oro, mientras que la de Facebook de la provincia de Pastaza apenas tiene 4 años, aunque esta red social ya tiene 20 años de creación.

Tabla 10

Matriz de Mapeo Descriptivo

VARIABLES	GAD EL ORO	GAD DEL CARCHI	GAD PASTAZA
Ubicación geográfica	Se ubica al sur de la región costa limitando	Se ubica al norte de la región sierra, limitando	Se ubica al oeste de la región oriental limitando

	con las provincias de Loja y Guayas. Rocafuerte y Junín, Machala.	con Colombia, Esmeraldas, Imbabura y sucumbíos 10 de agosto y Sucre (Tulcán)	con las Provincias de Orellana, Napo, Morona Santiago y el Perú. Francisco de Orellana y 27 de febrero.
Número de habitantes	714.592 hab.	164.524 hab.	83.933 hab.
Años de creación provincia	1 de abril de 1851	19 de noviembre de 1880	10 de noviembre de 1959
Estructura de la organización	Organización gubernamental Prefectura	Organización gubernamental Prefectura	Organización gubernamental Prefectura
Logos institucionales			
Estructura Página WEB	<p>https://www.eloro.gob.ec/ Tiene 8 pestañas: Institución: Presenta a la institución El Oro: Brinda información turística Servicios: Brinda información sobre los servicios que ofrece la Prefectura Empresas públicas: Transparencia: Reportaje, Videos, Repositorio. Medios de contacto Chatbot, correo electrónico, Enlace a redes sociales Mensajes</p>	<p>https://carchi.gob.ec/2016f/ Tiene 8 pestañas: Inicio: Presentación La prefectura, Carchi, transparencia, descargas, atención ciudadana, datos abiertos, gobierno abierto, gobierno electrónico. En la parte inferior hay una opción que dice plataformas institucionales con tres pestañas: Atención ciudadana Datos abiertos Gobierno abierto Gobierno electrónico Medios de contacto Números de teléfono, dirección y e-mail.</p>	<p>https://pastaza.gob.ec/ Parte informativa La página web se distribuye con 4 pestañas principales que hacen referencia a desarrollo sustentable, gestión ambiental, obras públicas, institucional y transparencia. Posee diversos documentos legales para descargar como códigos, ordenanza, resolución. Cuenta con una frase motivacional y la información del prefecto. Medios de contacto Hay un espacio para el servicio de atención a la ciudadanía y para procesos judiciales. Medios de contacto Números de teléfono, dirección y e-mail.</p>

Gestión ambiental	No se evidencia información relacionada con el tema.	En la pestaña datos y gobierno abiertos se evidencio información relacionada con el medioambiente, que es informativa.	En la página web se evidencia una pestaña de gestión ambiental con contenido informativo en relación con las acciones efectuadas por la prefectura.
--------------------------	--	--	---

Redes sociales de la institución	Facebook Página web Instagram Twitter	Páginas web Facebook Twitter Google plus YouTube	Página web Facebook Tik-Tok
---	--	--	-----------------------------------

Perfil FB



<https://www.facebook.com/PrefecturaElOro?mibextid=ZbWKwL>



<https://www.facebook.com/carchiprefectura?mibextid=ZbWKwL>



<https://www.facebook.com/Gadpastaza?mibextid=ZbWKwL>

Tiempo en red social FB	12 años	11 años	4 años
--------------------------------	---------	---------	--------

Número de seguidores en FB	91 mil seguidores	51 mil seguidores	41 mil seguidores
-----------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------

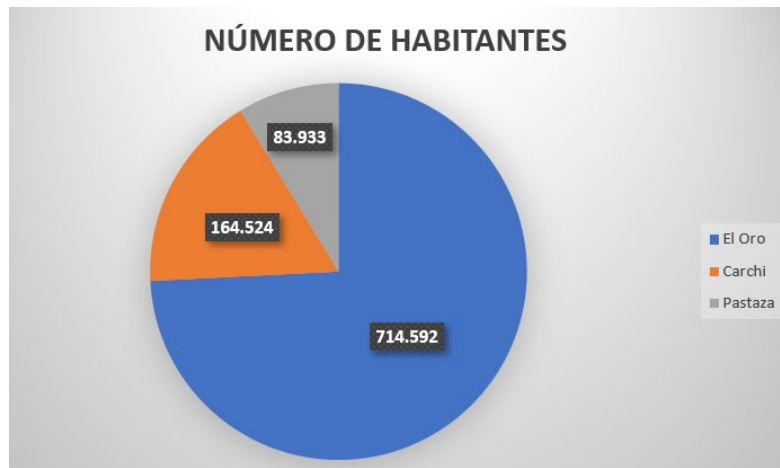
Tipos de publicaciones en sus páginas de FB	Salud Festividades Obras públicas Agrícola Educativo y comunitario promoviendo el cuidado de la naturaleza. Inclusión Gestión ambiental	Obras públicas Comunicados a la ciudadanía Interacción con otros organismos públicos. Labor comunitaria y social Económico Cultural y artístico Festividades Deportivo Equidad de género	Cultural Salud Educativo Festividades Obras públicas Funcionarios del mes Turístico Gestión ambiental
--	---	--	--

Formatos de publicaciones que prevalecen en	Fotos Imagen Transmisiones en vivo	Fotos Imágenes Videos Transmisiones en vivo	Fotos Imágenes Videos Transmisiones en vivo
--	--	--	--

Fuente: Internet-Elaboración Propia

Los resultados de este mapeo se pueden visualizar en los siguientes gráficos condensados y explicativos:

Figura 1
GAD's y Número de habitantes

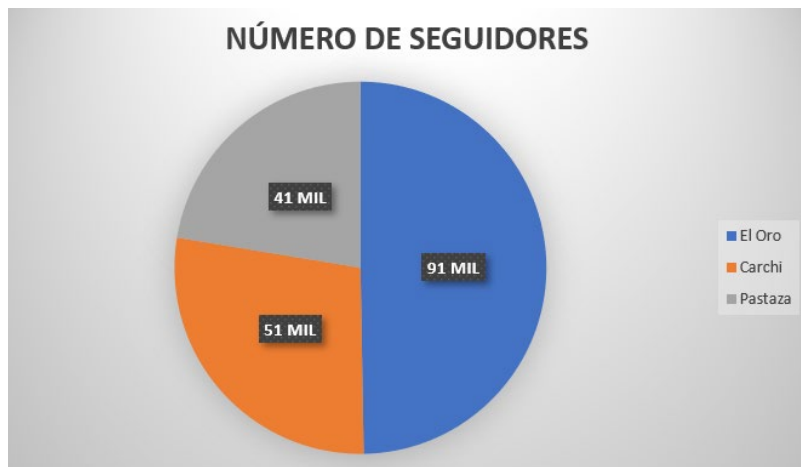


Fuente: Internet-Elaboración propia

Figura 2
GAD's y Tiempo en red social Facebook



Figura 3
GAD's y Número de seguidores de Facebook



Fuente: Internet-Elaboración propia

Con base al mapeo, se evidenció que el GAD provincial con mayor número de seguidores es la red social de la provincia de El Oro con 91.000 seguidores correspondiente al 50 %, a este resultado le sigue el GAD de la provincia del Carchi con 51.000 seguidores con el 28 % y, por último, el GAD con menor número de seguidores es el de Pastaza con 41.000 seguidores correspondiente al 22 %.

Según este resultado podemos ver que en la página web del GAD de El Oro no contiene información referente a gestión ambiental, mientras que en las páginas web de los GAD's de Carchi y Pastaza si existe información relacionada a gestión ambiental, es decir se informa la labor que realiza cada organismo en ese ámbito.

Las plataformas digitales con las que hay cada GAD de las provincias analizadas son las siguientes: Página web y las redes sociales Facebook y Twitter, y la categoría primordial de ellas es que son informativas, con carácter difusionista. En el caso de la red social de Facebook el GAD de El Oro es la página más antigua, seguido por el GAD del Carchi y Pastaza. Para seguidores se repite la misma secuencia, en la que la página de Facebook del GAD de El Oro posee 91 mil seguidores y la de la provincia del Carchi 51 mil seguidores, este ámbito se debe a que estas dos provincias son las de mayor cantidad de habitantes de las tres seleccionadas, pues en El Oro hay 714.592 hab. y el Carchi tiene 164.524 hab. Esta situación genera que ambas

cuentas tengan diferentes números de seguidores, pero ambos valores son significativamente altos en relación con Pastaza. Aunque no se menciona que esa sea la única razón por la que existen esos números específicos, esta explicación parece plausible porque, en general, zonas más pobladas tendrán mayores niveles de interés y participación en redes sociales como Facebook.



Con respecto a las publicaciones se evidencia que, en la mayoría de los GAD's, se publica información relacionada a obras públicas, salud, festividades, labor comunitaria y gestión ambiental. Todas estas publicaciones se presentan en un formato de imagen y video, siendo estas de carácter informativo y propagandístico.

En la red social de Facebook y en la página web de los tres GAD's estudiados, no se evidencian publicaciones de gestión ambiental que generen concientización en la comunidad, únicamente las publicaciones son informativas, en las cuales se informa a los seguidores sobre las acciones que realizan los servidores públicos con relación al cuidado del medio ambiente, más no es un medio digital de reflexión, concientización y educación ambiental comunitaria. Esta situación limita la funcionalidad y alcance de la red social de Facebook, ya que, al usarlo como un medio informativo, solo se publica lo que se hace y no se transmite un mensaje más profundo que transforme una realidad.

4.1.2. Resultados Análisis de Contenido

La aplicación de esta técnica se realizó a la muestra de publicaciones de contenido ambiental Facebook de Gad's El Oro, Carchi y Pastaza en los meses de mayo, junio y julio año 2023 con el instrumento anteriormente explicado, donde se hizo uso de la IA, en la plataforma Bing Chat, ChatGPT y Font Squirrel para evidenciar lo siguiente:

Tabla 11
Matriz de Análisis de Contenido Gad de El Oro

GAD DE EL ORO							
TOTAL: 10 PUBLICACIONES DE CONTENIDO AMBIENTAL							
MAYO: 2 PUBLICACIONES							
Imagen	Colores	Tipografía	Icono	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos, visualizaciones)	Tipo de contenido
	Verde oscuro y negro	Eastman Roman Black	Combinación estilizada de un árbol y una mano.	Árboles	Informativo	Me gusta: 1 Comentarios: 1 Compartidos: 2 Visualizaciones: 76	video
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde y Blanco	Neue Kabel ExtraBold	Hojas o un árbol	No hay personajes	Anuncio e informativo	Me gusta: 6 Comentarios: 0 Compartidos: 3	video
JUNIO: 3 PUBLICACIONES							
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido



Blanco, gris, verde, azul y amarillo

Adobe Jenson Pro

Ilustración de un loro

Perico(loro) Logo

Invitación - "II Reconocimiento Ambiental"

Me gusta: 13
Comentarios: 0
Compartidos: 4

Imagen

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
--------	---------	------------	--------	------------	-----------	---	-------------------



Azul oscuro y claros

Churchward Isabella Volkswagen Serial

No hay icono representativo

Prefecto

Concienciación ambiental

Me gusta: 7
Comentarios: 0
Compartidos: 3

Imagen

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos, visualizaciones)	Tipo de contenido
--------	---------	------------	--------	------------	-----------	--	-------------------



Verde, rojo y azul

No existe tipografía dentro de la imagen

Emojis



Loro (Perico)

Día Mundial del Medio Ambiente

Me gusta: 5
Comentarios: 0
Compartidos: 3
Visualizaciones: 386

video

JULIO: 5 PUBLICACIONES

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, azul, amarillo, blanco	Kropotkin	No hay icono representativo	Prefecto	Promocional e Informativo	Me gusta: 8 Comentarios: 1 Compartidos: 4	Imagen
	Verde, azul y blanco	Social Gothic Akkordeon Slab	Logotipos y texto	Personaje Ilustrado	Informativo y promocional Invitación - "Minga de limpieza"	Me gusta: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 4	Imagen
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido



Verde,
azul,
blanco,
marrón y
negro

Social
Gothic
Akkordeon
Slab

Ilustración
de una
persona

Figura
ilustrada

Póster
informativo y
promocional

Me gusta: 5
Comentarios: 0
Compartidos: 1

Imagen

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, azul, blanco marrón y negro	Fox Sans Pro	Oso Ciervo Humano	Animales Personas	Informativa y promocional	Me gusta: 7 Comentarios: 0 Compartidos: 1	Imágenes
	Verde, blanco y azul	No hay texto en las fotos	No hay iconos representati vos	Varios personajes	Informativo: Día Internacional de Defensa del Manglar	Me gusta: 11 Comentarios: 0 Compartidos: 7	Imágenes

Fuente: Internet-Elaboración Propia

Tabla 12
Matriz de Análisis de Contenido Gad Carchi



GAD DE CARCHI							
TOTAL: 6 PUBLICACIONES DE CONTENIDO AMBIENTAL							
MAYO: 1 PUBLICACIÓN							
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, azul, blanco, negro, amarillo y rojo	Elisar DT Infant Ext Bold CasaBlanca RR Medium	Símbolo de reciclaje	No hay personajes	Conciencia ambiental e informativo	Me gusta: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 4	Imagen
JUNIO: 2 PUBLICACIONES							
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, blanco, amarillo y marrón	Churchward Isabella	Logo Manos grandes y pequeñas	No hay personajes	Conciencia ambiental e informativo	Me gusta: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 4	Imagen

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Amarillo, azul, verde y rojo	Museo Sans Cyrillic	Logo	No hay personas Animales	Informativo y educativo	Me gusta: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 4	Imágenes

JULIO: 3 PUBLICACIONES

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, azul, blanco, gris y rojo	Churchward Isabella	Logo Figura geométrica	Persona	Informativo	Me gusta: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 4	Imagen

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, blanco, negro y marrón	Novel Display	No hay símbolo significativo	Animal	Promocional e informativo	Me gusta: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 4	Imagen



Logos representativos de diversas organizaciones

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, blanco y negro	Churchward Isabella	Logo	Plantas	Informativo	Me gusta: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 4	Imagen

Fuente: Internet-Elaboración Propia

Tabla 13
Matriz de Análisis de Contenido




GAD DE PASTAZA							
TOTAL: 13 PUBLICACIONES DE CONTENIDO AMBIENTAL							
MAYO: 1 PUBLICACIÓN							
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Azul, verde, blanco y negro	Foundation Sans Lorimer No 2 Condensed	No hay iconos en específico	Animales Mano Globo Terráqueo	Conciencia ambiental	Me gusta: 91 Comentarios: 0 Compartidos: 38	Imagen
JUNIO: 2 PUBLICACIONES							
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, blanco y amarillo	Interval Sans Pro	Rana como elemento decorativo Formas geométricas	Personas	Eventos y conferencias (conservación de la biodiversidad) Promocional	Me gusta: 99 Comentarios: 7 Compartidos: 47	Imágenes

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, amarillo y blanco	No hay texto en la imagen	Logo	Asistentes	Informativa	Me gusta: 173 Comentarios: 6 Compartidos: 41	Imágenes

JULIO: 10 PUBLICACIONES


Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde oscuro, blanco y amarillo	Rolade Geon Soft	Logotipos de diferentes organizaciones	Asistentes de conferencias	Informativo Promocional	Me gusta: 62 Comentarios: 3 Compartidos: 28	Imágenes

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde oscuro, blanco y amarillo	Rolade Geon Soft	Logotipos de diferentes organizaciones	Asistentes de conferencias	Informativo Promocional	Me gusta: 75 Comentarios: 3 Compartidos: 29	Imágenes



Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
--------	---------	------------	--------	------------	-----------	---	-------------------



	Azul, blanco y marrón	No hay tipografía en la imagen	No hay iconos	Comunidad	Informativo Educativo	Me gusta: 132 Comentarios: 10 Compartidos: 38	Imágenes
--	-----------------------	--------------------------------	---------------	-----------	-----------------------	--	----------

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
--------	---------	------------	--------	------------	-----------	---	-------------------



	Verde, azul, blanco y marrón	No hay tipografía en la imagen	No hay iconos	Comunidad	Educativo Informativo	Me gusta: 107 Comentarios: 7 Compartidos: 37	Imágenes
--	------------------------------	--------------------------------	---------------	-----------	-----------------------	---	----------




Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, blanco, amarillo y fondo azul	Regime Axiforma	Figuras geométricas Logotipos	No se ve personajes	Informativo	Me gusta: 72 Comentarios: 4 Compartidos: 29	Imagen
	Verde oscuro, amarillo y marrón	Regime Axiforma	Logos y una parte del territorio	Animal (iguana)	Informativo	Me gusta: 63 Comentarios: 13 Compartidos: 38	Imagen
	Blanco, amarillo, verde y marrón	Regime Loew	Logo	Comunidad	Informativa o promocional	Me gusta: 59 Comentarios: 7 Compartidos: 27	Imagen



Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
--------	---------	------------	--------	------------	-----------	---	-------------------




	Variedad de colores (verde, rosa, azul, naranja, amarillo, negro, etc)	No hay tipografía en la imagen	Personas Plantas	Comunidad	Informativo Promocional	Me gusta: 105 Comentarios: 9 Compartidos: 23	Imágenes
--	--	--------------------------------	---------------------	-----------	----------------------------	---	----------

Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
--------	---------	------------	--------	------------	-----------	---	-------------------



	Verde, blanco y marrón	No hay tipografía en la imagen	No hay iconos representativos	Comunidad	Informativa Promocional	Me gusta: 107 Comentarios: 5 Compartidos: 32	Imágenes
--	------------------------	--------------------------------	-------------------------------	-----------	----------------------------	---	----------

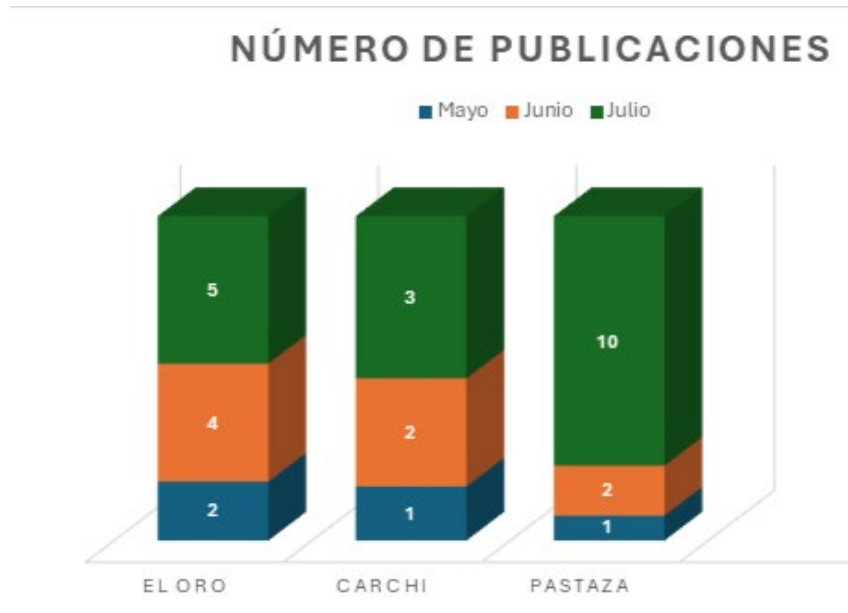
Imagen	Colores	Tipografía	Iconos	Personajes	Categoría	Acciones (me gusta, comentarios, compartidos)	Tipo de contenido
	Verde, amarillo, blanco, y marrón	Regime Loew	Logos y un pedazo de territorio	Representante del Pastaza	Informativa	Me gusta: 51 Comentarios: 2 Compartidos: 23	Imagen

Fuente: Internet-Elaboración Propia

Con base a esta matriz se presentan los siguientes gráficos, a manera de explicación concisa y resumida de lo evidenciado con este análisis:

Figura 4

Número publicaciones de gestión ambiental durante mayo, junio y julio de 2023



Fuente: Páginas Facebook de GAD's mayo, junio y julio-Elaboración propia.

Figura 5

Porcentajes publicaciones de gestión ambiental durante mayo, junio y julio de 2023 respecto al total de publicaciones en sus plataformas Facebook



Fuente: Páginas Facebook de GAD's mayo, junio y julio-Elaboración propia.

Análisis del resultado:

Según los resultados obtenidos, se evidencia que el GAD de la provincia de Pastaza, de las 255 publicaciones realizadas en los meses planteados apenas 13 (5 %) publicaciones son de contenido ambiental. Mientras que, en la provincia de El Oro de las 334 publicaciones realizadas en los meses de mayo, junio y julio, apenas 11 (3%) son de ese tipo de contenido. En el caso de la prefectura de Carchi se encontró que, de las 117 publicaciones realizadas en los meses planteados, únicamente se efectuó 6 (5%) publicaciones de contenido ambiental. Con relación a estos resultados, se asume que las publicaciones de contenido ambiental realizadas en Facebook de cada prefectura son limitadas, solo informativas y no concientizadoras hacia la comunidad de sus territorios.

4.1.3. Resultados de Entrevistas a Expertos

Entrevistado 1:

Rosa León, actual responsable del proceso de comunicación y redes sociales del Parque Nacional Galápagos, institución donde labora por 18 años.

Tabla 14

Entrevista responsable de las redes sociales del Parque Nacional Galápagos

#	TEMAS PLANTEADOS	RESPUESTA
1	PROMOCIÓN GESTIÓN AMBIENTAL	Para promover la gestión ambiental existen diversas direcciones, por ejemplo, la dirección de gestión ambiental que está relacionada con la regulación de los proyectos o de la infraestructura que se desarrolla en Galápagos, mientras que tenemos otras direcciones como la dirección de ecosistemas, que es la que hace monitoreo, controles de especies introducidas, protección de nidos, cultivo de plantas, control de la pesca y de la reserva Marina. De todo este trabajo se obtienen evidencias que se van publicando, algunas en Facebook o en otras redes, pero se distribuye por la semana, pues en un día se pueden realizar tres o más actividades las mimas que no se pueden publicar cada día, ya que podría generar desinterés en los seguidores.
2	ACTIVIDADES QUE PRIORIZAN PARA PUBLICAR EN RRSS INSTITUCIONAL	No se escatima en nada, pues se considera a todas las actividades importantes, pero si se identifica aquellas que llaman de mejor manera la atención de los seguidores. Todo depende de la vigencia del tema y de

		<p>las entidades involucradas. Para ello analizamos la relevancia de la acción efectuada, por ejemplo, habrá actividades importantes que pueden realizar una o más personas, pero su nivel de impacto puede ser menor a una actividad ambiental de diversas entidades. En este caso se dará prioridad en la publicación a las de mayor impacto sin desmerecer la importancia del resto de actividades que también serán publicadas a su debido momento.</p> <p>Respondemos a una estrategia de redes, esa estrategia tiene productos puntuales que se generan y se publican en determinada hora, fecha, nos regimos a un cronograma. La información que se sube son videos, infografías, imágenes, etc. Todos los productos publicados son de entretenimiento para llamar la atención.</p>
3	<p>PLANIFICACIÓN PUBLICACIONES CONTENIDO AMBIENTAL RRSS</p>	<p>Para obtener la información pasamos por cada oficina evidenciando el trabajo realizado, luego recolectamos esa información. En todo este proceso se pierde la agilidad de la comunicación, pues la información antes de ser publicada debe pasar por diversos filtros como técnicos, directores, Ministerio del Ambiente, entre otros. Cómo les mencioné todo esto genera que se pierda la agilidad en la publicación. A pesar de ello garantizamos un proceso adecuado y la legalidad de la publicación.</p>
4	<p>PRIORIZACIÓN DE FORMATOS</p>	<p>No es una decisión de nosotros, pero si podemos emitir sugerencias. Nosotros únicamente subimos el contenido.</p>
5	<p>MONITOREO DE RRSS</p>	<p>Se realiza una filtración por fecha, el mes en el que se sube más contenido es en julio por ser nuestro aniversario y por eso preparamos más productos.</p>
6	<p>MEDIOS DIGITALES O TRADICIONALES</p>	<p>La información puede estar en ambos medios, pues permite ampliar la concientización del cuidado del medio ambiente.</p>
7	<p>INTERVENCIÓN DE EXPERTOS EN TEMÁTICA AMBIENTAL PARA RECOMENDACIÓN DE CONTENIDOS</p>	<p>No hay una persona con un cargo oficial que redacte el contenido, más bien todos redactan, pasa por un filtro para que pueda ser aceptada y demora mucho por lo cual se llega a subir una o dos publicaciones.</p>

Fuente Entrevista vía zoom-Elaboración propia

Análisis: En la entrevista se identificó que, en el Parque Nacional Galápagos se manejan estrategias diferenciadas para publicar contenido relevante en Facebook y se realizan búsquedas y publicaciones informativas puntuales, como:

- Se promociona la Gestión Ambiental en el Parque Nacional Galápagos, se promueve a través de políticas públicas y acciones para mitigar los impactos en la biodiversidad y la naturaleza.
- Las publicaciones se planifican en torno a trabajos y eventos planteados por el personal competente.
- No se realiza monitoreo de las publicaciones en redes sociales.
- El contenido de temas ambientales es creado por especialistas del área, y luego se analiza antes de ser publicado.
- El Parque Nacional promueve la gestión ambiental mediante políticas y acciones, prioriza publicaciones significativas en redes sociales, planifica publicaciones en torno a trabajos y eventos, prioriza imágenes y vídeos, considera que las publicaciones ambientales deben hacerse en medios digitales y el contenido lo crean especialistas del área.

Entrevistado 2:

Mario León, director de Gestión Ambiental del GAD de la provincia de El Oro, tiene más de 4 años laborando en dicha organización y varios de experiencia ambiental.

Tabla 15
Entrevista responsable GAD El Oro

#	TEMAS PLANTEADOS	RESPUESTA
1	PROMOCIÓN GESTIÓN AMBIENTAL	Son varios elementos, desde políticas públicas hasta las acciones que permiten mitigar lo que sucede en la provincia relacionado a la biodiversidad o la naturaleza.
2	ACTIVIDADES QUE PRIORIZAN PARA PUBLICACIÓN EN RRSS INSTITUCIONAL	La información debe tener un valor significativo y de utilidad para los seguidores.
3	PLANIFICACIÓN PUBLICACIONES CONTENIDO AMBIENTAL RRSS	Se genera trabajos, eventos de ese tipo y eso se publica.

4	PRIORIZACIÓN DE FORMATOS	Se prioriza ambas, tanto imágenes como videos.
5	MONITOREO DE RRSS	No se realiza por parte del área de gestión ambiental. No sabemos las reacciones del público o algunas preguntas.
6	MEDIOS DIGITALES O TRADICIONALES	La tendencia actual de la población es a través de medios digitales.
7	INTERVENCIÓN DE EXPERTOS EN TEMÁTICA AMBIENTAL PARA RECOMENDACIÓN DE CONTENIDOS	Lo hacen los expertos y luego se analiza las publicaciones para poder subir.

Fuente entrevistas-Elaboración propia

Análisis: con base a la entrevista realizada se puede evidenciar lo siguiente:

- Se promociona la Gestión Ambiental en el GAD, cuando se realizan eventos de ese tipo, aunque el GAD si realiza acciones permanentes a través de políticas públicas y acciones para mitigar los impactos en la biodiversidad y la naturaleza.
- Se prioriza lo visual: imágenes y videos.
- No hay monitoreo de este tipo de publicaciones en redes sociales, por lo que no saben la reacción del público.
- El canal actual debe ser digital.
- Los contenidos de índole ambiental si consultan a los especialistas del área.

Entrevistado 3:

Ramiro Ruales, Magíster en comunicación, docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Comunicación Social en el área de Comunicación Digital.

Tabla 16

Entrevista a especialista en comunicación

#	TEMAS PLANTEADOS	RESPUESTAS
1	PROMOCIÓN GESTIÓN AMBIENTAL	Toda propuesta debe responder a un ámbito de organización comunicacional. En el caso de Facebook las instituciones públicas han migrado más por interés que por un estudio profundo entre la red y la audiencia. Estas redes sociales responden a una necesidad de información, cada una de estas define una interacción bastante sólida dependiendo de su

2	ACTIVIDADES QUE SE DEBE PRIORIZAR PARA PUBLICACIÓN EN RRSS INSTITUCIONAL	entorno de mercado. Desde ahí se debe partir el análisis. Primero DEFINIR la audiencia, la información preferida, tipo y horario. Esta es una parte previa, por lo que toda institución debe partir del análisis del entorno con el que se interrelaciona.
3	PLANIFICACIÓN PUBLICACIONES CONTENIDO AMBIENTAL RRSS	Tiene que ver con una agenda que responda a los planes que cada institución pública lleva sobre el manejo de la red social. Toda empresa ya debe tener una cultura verde que se replique en las redes sociales, para ello se debe analizar y construir el contenido, conocer a la audiencia, que tipo de contenido se realiza. Cada tarea debe priorizar el mensaje y el propósito respecto a lo que realiza la institución pública.
4	PRIORIZACIÓN DE FORMATOS	Depende de la audiencia, de un estudio preliminar, depende de la narrativa y de la plataforma. Cada red social presenta contenidos diferentes.
5	MEDIOS DIGITALES O TRADICIONALES	La comunicación debe cumplir un rol específico tanto para los nativos o inmigrantes digitales, en este caso todo depende del contexto social, pues habrá entornos que no cuentan con acceso a internet y en ese caso ingresarán medios tradicionales de comunicación. A pesar de ello es importante reconocer la importancia que ahora tienen los medios digitales en la difusión de información.

Fuente entrevistas-Elaboración propia

Análisis

- Las instituciones para planificar sus publicaciones deben primero analizar entorno y audiencia. Priorizar el mensaje y el propósito de la institución pública.
- Uso de imágenes o videos para promover la gestión ambiental en redes sociales varía según la audiencia, la narrativa y la plataforma a usar.
- El seguimiento de las publicaciones en las redes sociales debe ser parte de la agenda de la institución.
- La difusión de información ambiental debe adaptarse al contexto social, considerando tanto a los nativos digitales como a los migrantes digitales y reconociendo la importancia de los medios digitales en la actualidad. Sin descuidar las poblaciones que no tengan acceso a medios digitales.

Entrevistado 4:

Luis Chuva, jefe del departamento de comunicación del Gad del Sígsig, estuvo al frente del GAD parroquial, instituciones privadas y también en la Prefectura del Azuay.

Tabla 17

Entrevista al jefe del departamento de comunicación del Gad Sígsig

#	TEMAS PLANTEADOS	RESPUESTAS
1	PROMOCIÓN GESTIÓN AMBIENTAL	Facebook utiliza algoritmos que permiten a una publicación aparecer como una nueva noticia, incluye también el contenido y el formato, ya que permitirá interactuar, es importante saber qué contenido queremos mostrar a la gente, Facebook puede usar publicidad pagada, lo que ayudará a llegar a más gente.
2	QUE SE DEBE PRIORIZAR PARA PUBLICACIÓN EN RRSS INSTITUCIONAL	Ofrecer lo que a la gente le gusta, obras, trabajos, es decir, se debe cubrir el trabajo, para publicar con noticias importantes,
3	PLANIFICACIÓN PUBLICACIONES CONTENIDO AMBIENTAL RRSS	Facebook, nos da la posibilidad de agendar eventos, adelantar cosas que queremos para otros días.
4	PRIORIZACIÓN DE FORMATOS	Las dos son importantes, más allá del detalle. Un vídeo nos ayudará a tener una contrarréplica, ayudar con información.
5	MEDIOS DIGITALES O TRADICIONALES	Los medios digitales están sujetos a los medios tradicionales, no se puede dejar de lado, todo ayuda a llegar a nuestro público.

Fuente entrevistas-Elaboración propia

Análisis

El entrevistado resalta la importancia de comprender y aprovechar las herramientas y características que ofrece Facebook para optimizar las estrategias de comunicación en esta plataforma. Menciona:

- La importancia de los algoritmos ya que desempeñan un papel crucial en determinar qué publicaciones se muestran a los usuarios en sus noticias diariamente.

- Seleccionar cuidadosamente el contenido que se comparte, e incluso mencionó que a publicidad pagada ayudaría a llegar a más gente especialmente para dar a conocer sobre obras y eventos importantes de índole ambiental.

Entrevistado 5:

Jorge Maza, Diseñador Gráfico y Comunicador Visual. Máster en Diseño Multimedia e Información Digital.

Tabla 18

Entrevista a experto en Diseño Multimedia e Información digital

#	TEMAS PLANTEADOS	RESPUESTA
1	PROMOCIÓN GESTIÓN AMBIENTAL	Sería importante tener esos espacios sobre temas ambientales para que la gente se informe, ya que hoy en día las plataformas son el medio donde transita la gente de manera virtual.
2	ACTIVIDADES QUE PRIORIZAR PARA PUBLICACIÓN EN RRSS INSTITUCIONAL	Priorizar el tema objetivo, teniendo en cuenta su misión y visión de comunicar, que es lo que quiere comunicar.
3	PLANIFICACIÓN PUBLICACIONES CONTENIDO AMBIENTAL RRSS	Como usuario no veo mucha campaña, no identifico y me parece importante que se enfoquen en eso. Falta un plan estratégico, necesitan jugar con el algoritmo para que la información llegue.
4	PRIORIZACIÓN DE FORMATOS	El audiovisual siempre va a atraer más, porque mezcla todo, imágenes en movimiento, sonido y texto.
5	MEDIOS DIGITALES O TRADICIONALES	Se debe segmentar bien su grupo, donde se concentra el mayor grupo o al grupo que se quiere llegar.

Fuente entrevistas-Elaboración propia

Análisis: Una comprensión sólida de los desafíos y oportunidades en la promoción de la gestión ambiental a través de medios digitales se consolida con:

- Una conciencia de la importancia de la planificación estratégica y la adaptación a las preferencias del público objetivo.
- Es fundamental la implementación de un plan estratégico más claro para las redes sociales institucionales en esa temática. Segmentación de públicos para escoger los formatos.

- El formato audiovisual siempre será el más atractivo para las nuevas audiencias. El monitoreo de redes sociales con uso de métricas es vital.
- Antes de hacer cualquier producto comunicacional, definir el objetivo, la misión que quiero alcanzar como organización en el aspecto ambiental. Eso falta en las instituciones de este tipo.

4.1.4. Resultados Análisis Comparativo

Esta técnica fue implementada mediante una tabla y se encontraron los siguientes resultados:

Matriz comparativa

Tabla 19

Matriz de análisis comparativo de publicaciones en Facebook de contenido ambiental

Instituciones	Semejanzas	Diferencias
GAD's EL ORO CARCHI PASTAZA	<ul style="list-style-type: none"> ● Los 3 GAD's publican información de cuidado ambiental usando imágenes de flora y fauna de sus localidades. ● Los GAD's tienen escasas publicaciones sobre gestión ambiental, en relación con el número de publicaciones totales en sus páginas de FB. ● Las limitadas publicaciones en la red social de los tres GAD's son solo informativas. ● Los colores que predominan en las publicaciones son VERDE y BLANCO lo cual se relaciona con la conexión con la naturaleza, la limpieza y la ecología. ● Los 3 GAD's usan imágenes. ● Ninguna de las 3 fans page ha hecho un #envivo sobre temática ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mientras que algunas imágenes resaltan la elección individual entre <i>materiales sostenibles y no sostenibles</i>, otra enfatiza la <i>colaboración comunitaria y la acción colectiva</i> en la conservación del medio ambiente. ● En diferencia de los otros Gad's, el Gad de El Oro es el único que comparte contenido ambiental en formato video. ● Diferentes tipografías en sus publicaciones ● La imagen del Prefecto es principal en el GAD El Oro, mientras que en Carchi y Pastaza es la comunidad.

4.2. Resultados de Resultados

Al contrastar los resultados obtenidos en la presente investigación con otros trabajos se evidenció que no existen recientes investigaciones que posean ambas variables planteadas, impacto o efectividad de los mensajes ambientales en los Gas's provinciales y el uso de Facebook como medio de concienciación, tal como se plantea en el presente estudio. Con la revisión de otras investigaciones se destaca lo siguiente:

El trabajo de Morón (2019), destaca la importancia de las redes sociales como canales clave para generar datos valiosos que impulsan la educación ambiental. En dicha investigación se menciona la necesidad de una plataforma calificada para gestionar la información y garantizar el crecimiento exponencial del cuidado del medio ambiente. Se resalta la necesidad de la participación de la ciudadanía en la educación ambiental y la importancia de promover información sobre la educación ambiental con herramientas o estrategias de gran alcance para enfrentar el desafío ambiental. De esta manera se propone el aprovechamiento de la red social Facebook como herramienta tecnológica en el proceso educativo ambiental. El autor plantea que se debe promover la participación integradora de la ciudadanía desde dos vertientes: la primera, promoviendo información sobre la educación ambiental con herramientas de gran alcance como lo es Facebook; y, la segunda, asumir el compromiso de transformar las conductas con las acciones en función del equilibrio ambiental. Mientras se debe considerar que la herramienta de Facebook al usarse adecuadamente y con un contenido apropiado se puede obtener un alcance positivo en la concientización de la comunidad hacia el cuidado del medio ambiente.

En la investigación realizada por García et al. (2022), los resultados obtenidos sugieren que Facebook promueve el activismo ambiental, pues mediante esta red social se pueden dar a conocer problemas ambientales relevantes, socializar objetivos y posibles soluciones globales y locales, y construir de forma colaborativa un mejor entorno ambiental. Facebook, al ser una red social pública, es la voz de la comunidad, pues las personas pueden expresar opiniones sobre problemas ambientales o cuestiones similares que afecten a su comunidad, aunque también pueden participar en la solución de problemas locales y globales. Esto se constituye en una postura importante a la hora de generar concientización, ya que es una red social en la que se difunde información tal como lo hacen los GAD's de las provincias analizadas, pero a su vez puede ser un medio donde la comunidad interactúe con las prefecturas y se pueda establecer

acciones que vayan más allá de la simple información, es decir se constituya en un verdadero mecanismo de intercambio de criterios.

Mientras que Galindo (2017), plantea que existe una escasa experiencia de las autoridades ambientales en el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Se menciona que las publicaciones emitidas son simples e informativas, dejando de lado la concientización ambiental. Lo mismo sucede en los GAD's provinciales, pues como resultado se evidenció que las prefecturas únicamente publican información de acciones ambientales, lo cual se constituye en difundir su labor y mas no generar reflexión en la comunidad. A pesar de estos desafíos, se reconoce que la mayoría percibe a las redes sociales como una tendencia imparable y esencial en la educación ambiental. Se señala que Facebook pueden mejorar la interacción entre los usuarios enriqueciendo las propuestas educativas ambientales, siempre y cuando se establezcan estrategias apropiadas en el manejo de Facebook.

4.3. Conclusiones y recomendaciones

4.3.1. Conclusiones

Con la investigación se corrobora la hipótesis de que los GAD's del Carchi, El Oro y Pastaza, durante los meses de mayo, junio y julio, **no utilizaron** de manera efectiva la red social Facebook como herramienta estratégica para comunicar sus acciones de protección al medio ambiente.

Como conclusión, nuestra investigación revela las limitaciones y las potencialidades de las publicaciones de contenido ambiental en la plataforma de Facebook, que podría ser herramienta para promover la gestión ambiental de los Gobiernos Provinciales de Ecuador. Por un lado, hemos **identificado limitaciones** relacionadas con la *falta de coordinación* entre las diferentes instancias gubernamentales, la *escasez de recursos* dedicados a la comunicación ambiental en redes sociales y la *saturación de información en el entorno digital*, lo que dificulta la difusión efectiva de mensajes ambientales. Estas limitaciones subrayan la necesidad de una mayor planificación estratégica y recursos destinados a la comunicación ambiental en línea. Por otro lado, las **potencialidades de Facebook** para promover la gestión ambiental, como su *amplio alcance*, su *capacidad para fomentar la participación ciudadana* y su *versatilidad en la difusión* de contenido multimedia. Al aprovechar estas potencialidades y adoptar enfoques innovadores y participativos, los gobiernos provinciales de Ecuador pueden fortalecer su compromiso con la

protección del medio ambiente y promover una mayor conciencia y acción en la ciudadanía hacia la conservación de los recursos naturales.

Con respecto a cada objetivo planteado se concluye que:

- Existe una notable *escasez de publicaciones relacionadas con la gestión ambiental* en las páginas de Facebook de las entidades gubernamentales analizadas. En la provincia de El Oro, Carchi y Pastaza, se observa que solo un pequeño porcentaje, un 21,18% de las publicaciones totales de los 3 GAD's en esa red social, aborda temas ambientales. Este hallazgo sugiere que las acciones de concientización y promoción de la gestión ambiental por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) en estas regiones es **limitada**.
- Con base al mapeo de seguidores de Facebook de los GAD's determinados, se evidencia que la provincia de El Oro tiene una la página más antigua y con mayor cantidad de seguidores: 91mil, seguida por la provincia del Carchi con 51mil vigente desde el 2012. Sin embargo, hay un estancamiento en el número de seguidores, durante el presente año 2024.
- Respecto a publicaciones en redes sociales, se evidencia que en la mayoría de los GAD se muestra información relacionada a obras públicas, salud, festividades, labor comunitaria y escasamente temas de gestión ambiental, ninguna de ellas genera concientización en la comunidad. **La funcionalidad y alcance de la red social de Facebook se limita al uso informativo y propagandístico.** Facebook no se utiliza como un medio de concientización y educación ambiental comunitaria.
- De las entrevistas, se puede inferir que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de El Oro implementa estrategias para fomentar la gestión ambiental a través de políticas públicas y acciones dirigidas a minimizar los impactos negativos en la biodiversidad y el entorno natural, pero no se promocionan de manera adecuada en la red social y no se hace seguimiento de esas publicaciones. La Prefectura del Carchi, publica información y servicios incluyendo datos abiertos, transparencia y algo de gestión ambiental. Por otro lado, la Prefectura de El Oro presenta una carencia notable de información específica acerca de la gestión ambiental en su portal web, lo que sugiere la necesidad de mejorar la visibilidad y accesibilidad de dicha información.

- Hay escasa publicación sobre gestión ambiental, cuidado de la naturaleza y concienciación sobre los ecosistemas de los territorios en las 3 fans page de la muestra.
- El uso de la IA facilita el análisis de contenido de las imágenes y otros datos relevantes como los colores, tipografías e íconos relevantes en cada imagen publicada.
- En cuanto a la comparación, se concluye que la Prefectura del Carchi y de El Oro en Ecuador, muestran diferencias en la priorización y exposición de contenidos ambientales, mientras la una destaca al Prefecto como sujeto visible, la otra destaca a la comunidad e integra secciones especializadas como transparencia y datos abiertos. En contraste, la Prefectura de El Oro presenta escasa información directa sobre su gestión ambiental, aunque sí menciona temáticas relevantes como recursos naturales, ecosistemas frágiles, calidad del aire y economía circular.
- Esta desproporcionalidad en la disponibilidad de información sobre la gestión ambiental en las *fanspage* de las prefecturas puede tener implicaciones significativas en la percepción pública de sus políticas y prácticas ambientales como administradores de los territorios locales o en la percepción ciudadana de que no están haciendo nada en ese ámbito.
- En ninguna de las tres instituciones se planifica de manera estratégica la publicación de contenidos ambientales en sus plataformas de Facebook.

4.3.2. Recomendaciones

- El gestor de contenidos de los GAD's debe recibir capacitación de comunicación y contenidos ambientales y debe estar informando de los programas o planes de esa índole que esté ejecutando el organismo. Se necesita una Planificación Estratégica a través de Un Plan de Comunicación Ambiental que implemente uso de IA para generar contenidos, monitorear redes y evaluar impacto.
- Se propone planificar las publicaciones, creando un calendario editorial que incluya temas sobre gestión ambiental, fechas importantes y eventos relacionados.
- Es importante educar a las audiencias sobre temas relacionados con la gestión ambiental, compartiendo regulaciones ambientales, datos importantes y consejos prácticos.

- Se recomienda mayor accesibilidad y mejor visibilidad de la información de gestión ambiental en las páginas webs, actualizando contenido y promoviendo las publicaciones que se hacen en Facebook.
- Considerar monetizar este tipo de publicaciones para llegar a más gente especialmente para concientizar y sensibilizar.
- Aprovechar la plataforma de Facebook para promover la educación ambiental y fomentar la participación ciudadana en iniciativas sostenibles como crear comunidades específicas y segmentadas, por ejemplo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. (noviembre de 2022). *La importancia de la educación ambiental*. Obtenido de <https://espanol.epa.gov/espanol/la-importancia-de-la-educacion-ambiental>
- Alvino, C. (mayo de 2021). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*. Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/>
- Anampi, C., Aguilar, E., Costilla, P., & Bohórquez, M. (septiembre de 2018). *Gestión ambiental en las organizaciones: análisis desde los costos ambientales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29058776009/html/>
- Ávila, J. (2013). *Redes sociales y análisis de redes*. Obtenido de Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual: <file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/Dialnet-RedesSocialesYAnalisisDeRedes-511130.pdf>
- Batallas, H. (2013). *El actual modelo de descentralización en el Ecuador: un desafío para los gobiernos autónomos descentralizados*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4225/1/03-TC-Batallas.pdf>
- Carchi Prefectura. (2016). *Datos Informativos de la Provincia del Carchi*. Obtenido de <https://www.carchi.gob.ec/2016f/index.php/informacion-provincial.html>
- Carrillo, D. (2016). *El rol del gobierno central frente a la competencia exclusiva de uso y ocupación de suelo de los gobiernos autónomos descentralizados municipales*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5143/1/T2043-MDA-Carrillo-EI%20rol.pdf>
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género. (2021). *POBLACIÓN DEL ECUADOR, SEGÚN PROVINCIA*. Obtenido de <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/09/POBLACION-DEL-ECUADOR-SEGUN-PROVINCIA.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Contenidos. (2022). *Los principios de la Comunicación Ambiental*. Obtenido de <https://www.cincovientos.com/principios-de-la-comunicacion-ambiental/>
- COOTAD. (31 de diciembre de 2019). *CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD*. Obtenido de <https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- Dávalos, N. (marzo de 2020). *13 millones de personas tienen redes sociales en Ecuador*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/13-millones-personas-redes-sociales-ecuador/>

- De la Fuente, L. (2015). *Redes sociales para organizaciones: una guía básica*. Obtenido de https://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/unlar/20171117044954/pdf_1512.pdf
- Editorial Etecé. (2022). *Cuadro comparativo*. Obtenido de <https://concepto.de/cuadro-comparativo/>
- El Universo. (Julio de 2023). *Twitter, TikTok y Facebook son las redes sociales con mayores porcentajes de crecimiento en número de usuarios en Ecuador*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/twitter-tiktok-y-facebook-son-las-redes-sociales-con-mayores-porcentajes-de-crecimiento-en-numero-de-usuarios-en-ecuador-nota/>
- Emagister. (4 de marzo de 2021). *Importancia de la comunicación digital hoy*. Obtenido de <https://www.emagister.com/blog/importancia-de-la-comunicacion-digital-en-la-actualidad/>
- Enríquez, F. (2017). *GOBIERNOS INTERMEDIOS: ENTRE LO LOCAL Y LO NACIONAL*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57072.pdf>
- Espinel, M. (2022). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/TECHNO-M7-A6.pdf>
- Euroinnova. (2023). *Aprende qué es el cuestionario en una investigación*. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-el-cuestionario-en-una-investigacion>
- Euroinnova. (2023). *Que es el método de mapeo*. Obtenido de <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-el-metodo-de-mapeo>
- Fernández, A. (26 de octubre de 2022). *Las Redes Sociales más utilizadas: cifras y estadísticas*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista*. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro. (2019). *El Oro Prefectura Misión*. Obtenido de <https://www.eloro.gob.ec/mision>
- Gobierno Provincial de Pastaza. (septiembre de 2019). *INFORMACIÓN DE LA PROVINCIA DE PASTAZA*. Obtenido de <https://pastaza.gob.ec/pastaza/informacion/informacion-de-la-provincia-de-pastaza/>
- Gómez, Á. (2018). *¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE EL MUESTREO ESTADÍSTICO?* Obtenido de <https://isdfundacion.org/2018/10/10/que-es-y-para-que-sirve-el-muestreo-estadistico/>
- Guest, A. (12 de diciembre de 2019). *Redes sociales: qué son, cómo funcionan, qué tipos existen y cómo influyen en las estrategias de Marketing*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>

- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Obtenido de file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf
- Hernández, R. (2017). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Herrera, H. (2015). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. Obtenido de Reflexiones: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Ivan. (2023). *Redes sociales: verticales, horizontales y mixtas*. Obtenido de <https://www.atsys.es/blog/sabias-existen-diferentes-tipos-redes-sociales>
- Kadoch, L. (4 de enero de 2023). *El propósito de las diferentes Redes Sociales*. Obtenido de <https://www.leonkadoch.net/redes-sociales-facebook-instagram-twitter/>
- LEY DE GESTION AMBIENTAL. (2004). *LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep-2004: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- López, F. (2009). *El análisis de contenido como método de investigación*. Obtenido de <https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>
- Malavé, E., & Fernández, M. (2020). *Gestión ambiental de las empresas públicas y privadas en la ciudad de Guayaquil - Ecuador y su incidencia en el desarrollo sostenible*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/382/3821581012/html/>
- Martín, S. (12 de mayo de 2021). *Redes sociales horizontales: ¿Cuáles son?* Obtenido de <https://mkparadise.com/redes-sociales-horizontales>
- Martín, S. (2021). *Redes sociales verticales: qué son y para qué sirven*. Obtenido de <https://mkparadise.com/redes-sociales-verticales>
- Medina, R. (2022). *Estadísticas de la situación Digital en Ecuador 2021-2022*. Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-en-ecuador-2021-2022/>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2021). *El Presupuesto General del Estado*. Obtenido de [https://www.finanzas.gob.ec/el-presupuesto-general-del-estado/#:~:text=Antes%20debemos%20entender%20que%20al,Funci%C3%B3n%20Judicial%20\(Corte%20Nacional%20de](https://www.finanzas.gob.ec/el-presupuesto-general-del-estado/#:~:text=Antes%20debemos%20entender%20que%20al,Funci%C3%B3n%20Judicial%20(Corte%20Nacional%20de)
- Moreno, E. (2013). *EL UNIVERSO EN UNA INVESTIGACIÓN*. Obtenido de https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-el-universo.html#google_vignette

- Mota, D. (2023). *INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN POLÍTICA*. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/20623.pdf>
- Nohlen, D. (2020). *EL MÉTODO COMPARATIVO*. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/13/6180/5.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2023). *El rol de los Gobiernos Municipales*. Obtenido de <https://www.fao.org/in-action/herramienta-administracion-tierras/modulo-3/marco-conceptual/rol-gobiernos-municipales/es/>
- Ortega, C. (2023). *Investigación comparativa: Qué es y cómo llevarla a cabo*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-comparativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20comparativa%20implica%20comparar,base%20para%20tomar%20decisiones%20informadas.>
- Pérez, G. (2023). *Beneficios de la Inteligencia Artificial en el Análisis de Datos*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/beneficios-de-la-inteligencia-artificial-en-el-datos-p%C3%A9rez-le%C3%B3n->
- Pindado, F. (2005). *Gobierno local y participación ciudadana*. Obtenido de <https://journals.copmadrid.org/pi/archivos/93334.pdf>
- Portal de formación estadística. (2023). *Análisis exploratorio de datos*. Obtenido de https://www.jmp.com/es_co/statistics-knowledge-portal/exploratory-data-analysis.html
- Prefectura del Carchi. (2022). *LA INSTITUCIÓN*. Obtenido de <https://carchi.gob.ec/2016f/index.php/lotaip-2022/junio2022/itemlist/category/105-la-intitucion.html?start=28>
- Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. (2023). *Responsabilidad Social: qué es, definición, concepto y tipos*. Obtenido de Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad
- Sampieri, R. (2017). *METODOLOGÍA DE LA INVETSIGACIÓN*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Santos, D. (agosto de 2023). *Los mejores días y horas para publicar en redes sociales*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/mejor-hora-para-publicar-en-redes-sociales>
- Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial. (2021). *Guía Práctica de Introducción al Análisis Exploratorio de Datos*. Obtenido de <https://datos.gob.es/es/documentacion/guia-practica-de-introduccion-al-analisis-exploratorio-de-datos>
- Zeler, I. (2017). *FACEBOOK COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS DE AMÉRICA LATINA*. Obtenido de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf?sequence=1>

- Calvo, S., Ferreras, J., y Rodrigo-Cano, D.(2020) La Educación Ambiental en las redes sociales: #EA26. *Revista de Educación Ambiental y Sostenibilidad*2(1), 1301.
doi:10.25267/Rev_educ_ambient_sostenibilidad.2020.v2.i1.1301
<https://revistas.uca.es/index.php/REAyS/article/view/5335/6082>
- Cruz-Piza, I. A., Montoya-Tello, M. O., & Quishpi-Rodríguez, J. C. (2020). Gobiernos autónomos descentralizados del Ecuador. *Iustitia Socialis*, 5(3), 264.
<https://doi.org/10.35381/racji.v5i3.1102>