



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

**Estrategias de comunicación de las campañas sociales para la
erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano, en el
periodo mayo 2023- febrero 2024.**

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en Comunicación

Autora:

Naekat Tsenkush Mariuxi Gabriela

Tutora:

Dra. Myriam Murillo Naranjo. PhD

Riobamba, Ecuador 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Mariuxi Gabriela Naekat Tsenkush, con cédula de ciudadanía 1450152614, autora del trabajo de investigación titulado “Estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano, en el periodo mayo 2023- febrero 2024”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, enero 2025



Mariuxi Gabriela Naekat Tsenkush

C.I: 1450152614

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Dra. MYRIAM ELIZABETH MURILLO NARANJO catedrática adscrita a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación “Estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano, en el periodo mayo 2023- febrero 2024” bajo la autoría de Mariuxi Gabriela Naekat Tsenkush; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 15 del mes de noviembre de 2024.



Dra. Myriam Murillo Naranjo PhD
C.I:0602615833

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "*Estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano, en el periodo mayo 2023- febrero 2024*" por Mariuxi Gabriela Naekat Tsenkush, con cédula de identidad número 1450152614, bajo la tutoría de la Dra. Myriam Murillo Naranjo, PhD.; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 6 de febrero del 2025.

Msc. Guillermo Zambrano
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Msc. Hernán Pillajo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



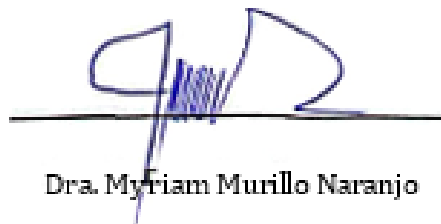
Msc. Raúl Lomas
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE PLAGIO

Que, NAEKAT TSENKUSH MARIUXI GABRIELA con cédula de ciudadanía número 1450152614, estudiante de la Carrera de Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, ha trabajado bajo mi tutoría en el trabajo de investigación titulado **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS SOCIALES PARA LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL, POR PARTE DEL GADM-C DE GUANO, EN EL PERIODO MAYO 2023-FEBRERO 2024"**, cumple con el 7%, de acuerdo al reporte del sistema anti plagio TURNITIN, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 31 de enero del 2025.



Dra. Myriam Murillo Naranjo

Tutora

DEDICATORIA

A mis padres, Nidia Tsenkush y Marcelo Naekat, por haber confiado en mí y en mi capacidad de lograr mis metas, por ser mi ejemplo de superación y haberme apoyado aun cuando los recursos hayan sido escasos, por no haberme dejado sola en todo este proceso, se me quedará corta la vida para agradecerles por todo.

A mis hermanas y hermano, quienes hicieron más divertida mi estancia universitaria y por motivarme a seguir adelante. A Dios, por darme todos los dones que me han hecho llegar hasta aquí, por haber escuchado todas mis oraciones y siempre mostrarme la salida cuando me sentía estancada.

A mis gatitos, “Masha” por acompañarme desde el inicio hasta el fin de esta carrera, a “Mati” por haberme salvado como solo él y yo sabemos, y a mi “Negrito” quien llegó al final a enseñarme que se puede volver a amar.

A esa niña, que iba a la escuela solo con un cuaderno, que le toco crecer rápido y a la que ahora le puedo decir que lo logramos, que valió la pena no retirarse a la mitad de la carrera y agradecerle por no haberse rendido en muchas ocasiones en que la vida fue cruel con ella.

En memoria de mi tío, Felipe Avicena Tsenkush y mi abuelita, Carmen Rosa Chiriap, quienes siempre estuvieron velando por mi e impulsándome a lograr todo lo que he conseguido.

AGRADECIMIENTO

A mis docentes, que formaron parte de mi proceso educativo, en especial a aquellos que me motivaron a realizar mi intercambio estudiantil, gracias a esa semillita que sembraron en mi pude experimentar cosas magnificas fuera del país.

A la universidad y a esta bella ciudad por tenerme siempre las puertas abiertas, por convertirse en mi segundo hogar y darme todo lo necesario para culminar mis estudios.

A mis amigos Fernando y Génesis, quienes cada uno aportó significativamente en mi vida y crecimiento personal, gracias por no permitir que me rinda.

A mi tutora, Myriam Murillo, porque fue paciente conmigo, por guiarme académicamente, ser una excelente mentora y que con sus conocimientos me permitió culminar el trabajo.

A todas las personas que han pasado por mi vida durante este trayecto, al K-pop, a Big Bang por ser un escape de los problemas, sin más que decir, gracias por ayudarme a llegar hasta la meta.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS.....	
ÍNDICE DE FIGURAS.....	
RESUMEN.....	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I	15
1. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.3 OBJETIVOS.....	16
1.3.1 General.....	16
1.4.2 Específicos	16
CAPÍTULO II.....	17
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Antecedentes.....	17
2.1.1 Teoría de la comunicación	18
2.1.2 Teoría Funcionalista	18
2.2 Bases teóricas.....	19
2.2.1 Proyecto ETI (Erradicación del Trabajo Infantil) GADM-C GUANO.....	19
2.2.2 La comunicación	19
2.2.3 Estrategias de comunicación de las campañas sociales utilizadas en el proyecto ETI Guano para la erradicación del trabajo infantil	20
2.2.3.1 ATL Y BTL.....	20
2.2.3.2 Comunicación organizacional.....	20
2.2.3.3 Comunicación estratégica	20
2.2.3.4 Campañas sociales	20
2.2.3.5 Campañas de educación pública o campañas de sensibilización	21
2.2.4 Estrategias de comunicación.....	21
2.2.4.1 Trabajo infantil.....	22
2.2.4.2 Trabajo infantil en el Ecuador	22
2.2.4.3 Trabajo infantil en Chimborazo.....	22
2.2.4.4 Trabajo Infantil en Guano.....	22

2.2.5	Marco normativo del trabajo infantil.....	23
2.3	Variables.....	24
2.3.1	Operacionalización de variables.....	24
	Fuente: Elaboración propia.....	27
	CAPÍTULO III	27
3.	METODOLOGÍA	27
3.1	Método de investigación.....	27
3.1.1	Enfoque de la investigación.....	27
3.2	Tipo de investigación.....	27
3.2.1	Según La finalidad:.....	27
3.2.2	Según el alcance temporal.....	27
3.2.3	Según la profundidad.....	28
3.2.4	Según las fuentes.....	28
3.3	Diseño de la investigación.....	28
3.4	Población y muestra.....	28
3.4.1	Técnica: revisión bibliográfica, entrevista, análisis de contenido y encuesta.....	29
3.4.2	Instrumento: base de datos académica, cuestionario de la entrevista, matriz de análisis de contenido y cuestionario de encuesta.....	30
	CAPÍTULO IV	33
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
4.1	Resultado de análisis de contenido.....	33
4.2	Revisión de las tablas de análisis de contenido.....	52
4.3	Resultados de las encuestas aplicadas a la población de Guano.....	52
4.4	Resultados de las entrevistas.....	61
	Fuente: elaboración propia.....	67
4.4.1	Análisis e interpretación.....	70
4.4.2	Discusión de resultados.....	71
	CAPÍTULO V	72
5.	CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES	72
5.1	CONCLUSIONES	72
5.2	RECOMENDACIONES	72
	REFERENCIAS	74
	ANEXOS	80
	Anexo 1. Matriz de análisis de contenido.....	80
	Anexo 3. Cuestionario de la encuesta.....	84
	1. Conocimiento y sensibilización sobre el trabajo infantil.....	84

2.Eficacia y alcance de las campañas	85
3: Participación y motivación	86
4: Percepción de los GAD y de las campañas	86
Anexo 4. Envío del artículo	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	24
Tabla 2. Validación de la encuesta: se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach	31
Tabla 3. Nivel de confiabilidad	32
Tabla 4. análisis de contenido (mayo 2023)	33
Tabla 5. análisis de contenido	34
Tabla 6. análisis de contenido	35
Tabla 7: análisis de contenido (junio 2023)	36
Tabla 8: análisis de contenido	37
Tabla 9: análisis de contenido	38
Tabla 10: análisis de contenido	39
Tabla 11: análisis de contenido (julio 2023)	40
Tabla 12. Análisis de contenido	41
Tabla 13: análisis de contenido	42
Tabla 14: análisis de contenido	43
Tabla 15: análisis de contenido	44
Tabla 16: análisis de contenido	45
Tabla 17: análisis de contenido	46
Tabla 18: análisis de contenido	47
Tabla 19: análisis de contenido (agosto 2023)	48
Tabla 20: análisis de contenido	49
Tabla 21: análisis de contenido	50
Tabla 22: análisis de contenido	51
Tabla 26. Revisión del análisis de contenido	52
Tabla 27. Entrevista dirigida a la Lic. Rosa Tacuri, directora de Gestión Social del Desarrollo Económico y social	61
Tabla 28. Entrevista a los funcionarios del GAD de Guano	63
Tabla 29. Tabla de comparación de la entrevista	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Funcionalismo en comunicación.....	18
Figura 2. Matriz operativa de la identificación de los públicos objetivos.....	21
Figura 3. Población de niños, niñas y adolescentes en Guano.....	23
Figura 4. Algunas normativas en las cuales el trabajo infantil es regulado	23
Figura 5. Seleccione su rango de edad.....	52
Figura 6. Seleccione su estado civil.....	53
Figura 7. Seleccione su género	54
Figura 8. ¿En qué medida está usted de acuerdo con la afirmación: "Estoy al tanto de la existencia de campañas sociales para erradicar el trabajo infantil en mi comunidad"?	54
Figura 9. ¿Con qué frecuencia ha visto o escuchado alguna campaña reciente sobre la erradicación del trabajo infantil?.....	55
Figura 10. En su opinión, ¿Qué tan importante es la erradicación del trabajo infantil en su comunidad?.....	56
Figura 11. ¿Qué tan frecuentemente ha visto o escuchado utilizar los siguientes medios en campañas de erradicación del trabajo infantil?:	56
Figura 12. ¿Está de acuerdo con que las campañas de erradicación del trabajo infantil son claras y comprensibles para la población en general?	57
Figura 13. ¿Está de acuerdo con que las estrategias de comunicación del proyecto ETI han tenido un impacto positivo en su comunidad?	58
Figura 14. ¿Cómo se siente respecto a participar en actividades para apoyar la erradicación del trabajo infantil tras haber visto o escuchado estas campañas?	58
Figura 15. ¿Está de acuerdo con que las siguientes estrategias de comunicación deberían ser más utilizadas en el Proyecto ETI?	59
Figura 16. ¿Qué tan efectivas cree que son las estrategias de comunicación del GAD en la sensibilización sobre el trabajo infantil?.....	60

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar las estrategias de comunicación aplicadas en el proyecto de Erradicación del Trabajo Infantil (ETI) por parte del GADM-C de Guano en el periodo mayo 2023- febrero 2024 y su nivel de posicionamiento. se utilizó una metodología con enfoque mixto, tanto cuantitativo como cualitativo, las técnicas aplicadas fueron la encuesta, entrevista y análisis de contenido, Se identificó como muestra a 267 habitantes de Guano, del grupo etario de 20 a 49 años, se analizó un proyecto y cinco campañas sociales: de la Dirección de Gestión Social del Desarrollo Económico Local, 2024) y la estrategia: (ATL – FACEBOOK). Como resultado, se evidenció un enfoque de sensibilización y uso de medios tradicionales y digitales que han logrado crear conciencia en la comunidad, sin embargo, se identificó limitaciones económicas y barreras de lenguaje con grupos específicos, es decir, tienen un gran potencial para generar cambio social, pero deben estar alineadas con un enfoque integral que considere las dimensiones económicas, políticas y culturales del problema en la localidad, estas estrategias se basaron principalmente en la sensibilización de la comunidad, se usó material educativo visual, audiovisual y diferentes actividades de participación. Las estrategias lograron un impacto positivo que se evidenció en el nivel de posicionamiento alcanzado medido a través de la percepción comunitaria.

Palabras claves: estrategias comunicacionales, campañas sociales, trabajo infantil.

ABSTRACT

This research aims to analyze the communication strategies applied in the Eradication of Child Labor (ETI) project by the GADM-C of Guano in May 2023-February 2024 and its level of positioning. It used a methodology with a mixed approach, both quantitative and qualitative; the techniques applied were the survey, interview, and content analysis. Two hundred sixty-seven inhabitants of Guano, in the age group of 20 to 49 years, were identified as a sample. The researcher also analyzed a project and five social campaigns from the Directorate of Social Management of Local Economic Development, (2024) and the strategy (ATL – FACEBOOK). As a result, an awareness-raising approach and use of traditional and digital media were evident and managed to raise awareness in the community; however, it was possible to identify economic limitations and language barriers with specific groups, which means that they have great potential to generate change. Social, but they must be aligned with a comprehensive approach that considers the economic, political, and cultural dimensions of the problem in the locality; these strategies were based mainly on community awareness, visual and audiovisual educational material, and different participation activities were used. The strategy achieved a positive impact, which is evident in the level of positioning measured through community perception.

Keywords: communication strategies, social campaigns, child labor.



Reviewed by:

Mgs. Jessica María Guaranga Lema

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0606012607

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación analiza las campañas sociales a favor de la prevención y erradicación del trabajo infantil en la ciudad Guano utilizando estrategias de comunicación, según Ríos, Páez y Barbos (2020) “Los términos estrategias, campañas y actividades pueden figurar como sinónimos para el significado común; a pesar de esto, para el entorno comunicativo los términos se diferencian no solo por su significado, sino por su usabilidad” (p.17). Esta problemática contempla un sinnúmero de situaciones, que con el paso del tiempo han ido creciendo. El tema refleja los escenarios que viven las familias en la ciudad, debido a la situación económica, los infantes, se ven obligados a generar ingresos dejando de lado el estudio.

Su importancia radica en la necesidad de brindar información para proteger los derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes, y así, con las diferentes estrategias de comunicación resguardar su bienestar y que cuenten con un desarrollo adecuado, ante ello, De la Cruz y Rodríguez (2023) explican que “las labores infantiles han sido repudiadas porque los menores trabajan en condiciones inapropiadas y que ello va en contra de sus derechos” (p.29). Es por aquello, que han intervenido diferentes instituciones para llevar a cabo el proyecto de Erradicación del Trabajo Infantil (ETI), entre ellos, se encuentra el GADM-C de Guano; el departamento de comunicación de la institución es el encargado de crear campañas sociales que promueven combatir el trabajo infantil, a partir de la selección de los objetivos y públicos.

Ahora bien, para conocer si las mencionadas estrategias han sido de valor, es importante analizarlas desde el punto comunicacional, resaltando los productos creados, su impacto y la opinión pública que ha generado el grupo de comunicación del GADM-C de Guano.

El trabajo infantil es un problema social que ha continuado a lo largo de los años, por ello, desde la comunicación, el presente proyecto busca identificar las estrategias utilizadas en el proyecto de Erradicación del Trabajo Infantil (ETI) por el GADM-C de Guano, para así, conocer el nivel de posicionamiento dentro de la ciudad, con esto, se logrará analizar si se realizó un correcto uso de aquellas tácticas para llegar al objetivo planteado en el plan, que es la sensibilización. Buraschi y Aguilar (2019) comentan que “En el campo de la acción social, la sensibilización ha sido tradicionalmente una de las estrategias clave para promover el cambio social, tanto a nivel actitudinal como comportamental” (p.2). La investigación profundizará aspectos relacionados con la Carrera de Comunicación para comprender cómo un comunicador maneja las campañas sociales tomando como referencia el proyecto indicado, además de analizar la importancia que tiene el rol de la comunicación en el éxito o deficiencia de las campañas sociales. También, de su influencia en el posicionamiento y apoyo a estos proyectos por parte de la ciudadanía de Guano.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El trabajo infantil continúa siendo una de las más graves violaciones de los derechos de los niños. (OIT, 2013 como se citó en Bautista *et al.* 2019) “Unos 168 millones de niños en el mundo se encuentran trabajando en la actualidad, así mismo 75 millones de jóvenes en edades entre los 15 y 24 años que están desempleados” (p.3). Esto pone en riesgo su desarrollo físico, mental y social.

El trabajo infantil según Sepúlveda (2021) “es aquel que “priva a los niños de su niñez”, su potencial y su dignidad debido a que es física, mental, social o moralmente perjudicial para su desarrollo” (p.4). En Ecuador el trabajo infantil ha aumentado con el tiempo, por ello, Solís, Santillán, Centeno y Chuga (2022) explican que:

Según el INEC (...) había aproximadamente 70.000 niños, niñas y adolescentes en un rango de edad de 5 a 14 años que realizan este tipo de labores; cifra que en el 2014 aumentó a 99.000; a finales de 2017 superó los 177.00. (p.4)

Por otro lado, según los datos de Izurieta, *et al.* (2018) “A nivel territorial las provincias de Cotopaxi, Bolívar y Chimborazo son las que mayores incidencias de trabajo infantil alcanzan con 25,1%, 22,2% y 21,0%, respectivamente” (p.10).

En el periodo 2019-2021, la Dirección de Desarrollo Social y Económico del GADM–C Guano ha liderado el proyecto ETI (Erradicación del Trabajo Infantil), el cual permitirá que se mejore la operatividad del desarrollo social de la población; el trabajo infantil ha sido, es y seguirá siendo un problema social, que se ve reflejada día a día en las calles de Guano, hasta altas horas de la noche.

Ante esta realidad El GADM-C de Guano se une al Proyecto ETI, creado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), el cual da atención a los niños, niñas y adolescentes de 7 a 17 años, considerándolo como una alternativa para combatir el aumento de infantes trabajando en las calles. Debido a esta problemática, la investigación es importante para conocer y analizar las estrategias de comunicación en crisis social para combatir un problema general, para que así, los futuros comunicadores puedan aportar en los proyectos de comunicación comunitaria logrando mejores resultados; aportando a la comunicación con nuevos conocimientos de creación de campañas sociales y el impacto que tienen las destrezas de un profesional de la comunicación en las comunidades.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles fueron las estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano en el periodo mayo 2023- febrero 2024?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Analizar las estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil, utilizadas por el GADM-C de Guano en el periodo mayo 2023- febrero 2024.

1.4.2 Específicos

- Analizar los enfoques teóricos que permiten comprender la problemática del trabajo infantil.
- Identificar las estrategias comunicacionales utilizadas en las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil del GADM-C de Guano y su nivel de posicionamiento.
- Elaborar un artículo científico con la finalidad de presentar los resultados obtenidos de esta investigación

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

De La Cruz (2019) autor del trabajo denominado “Campaña social sobre trabajo infantil y su concientización en jóvenes asistentes al municipio de San Martín de Porres, Lima 2019” determina que, las campañas sociales favorecen al progreso humano, ya que, se intentan identificar principios de beneficio general, aquellas afectaran directa o indirectamente a la población. Es por ello, que el autor nos dice que es prioridad la sensibilización en las campañas, para con ellos, ser partícipes en la búsqueda de un cambio de desarrollo social.

Al diseñar e implementar estrategias de comunicación para la erradicación del trabajo infantil, es fundamental tener en cuenta las particularidades culturales, sociales y económicas de las comunidades objetivo, así como trabajar en colaboración con organizaciones locales y gubernamentales para maximizar el impacto de las iniciativas.

Torres (2022) en su tesis de grado titulada “Problemática del Trabajo Infantil y Propuesta de Estrategia Social para Superarla: Caso de niños de Educación Primaria en la Institución Educativa “Fanny Abanto Calle”. Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo 2019.” evalúa desde una perspectiva diferente, debido a que considera que no solo es ver niños trabajando en distintos espacios públicos. Explica que las estrategias sociales ayudan a observar más allá de los factores que inciden en la decisión de trabajar para aportar con recursos económicos en su hogar.

En el trabajo investigación de Almeida y Robalino (2012) previa a la obtención título de licenciados en comunicación social, denominado “Video promocional para sensibilizar a personas e instituciones sobre el trabajo infantil, apoyado por el centro del muchacho trabajador en la ciudad de Quito, como propuesta de desarrollo familiar y social en donde se busca eliminar y prevenir el trabajo infantil con el uso de la estrategia “video promocional”, estrategia de comunicación que además de ser llamativa aporta a futuras investigaciones de alcance e impacto para luego tener unas posibles conclusiones.

En el trabajo de Palma (2018) titulado “Campaña comunicacional y su incidencia en la erradicación del trabajo infantil, en la cooperativa Atilio Vélez Aray en cantón el empalme”, se orienta a detallar la importancia de las campañas comunicacionales para influir en la conciencia de la sociedad para lograr mejorar el estilo de vida de muchos, utilizando como herramienta las diferentes estrategias de comunicación en los distintos proyectos sociales.

2.1.1 Teoría de la comunicación

La teoría en la que se fundamenta la investigación es la funcionalista porque conlleva la comunicación de masas, bajo la premisa de que todos los aspectos de un grupo social son importantes para su desarrollo. Es decir, los trabajos que se realizan en torno a la erradicación del trabajo infantil son indispensables para la supervivencia de la sociedad.

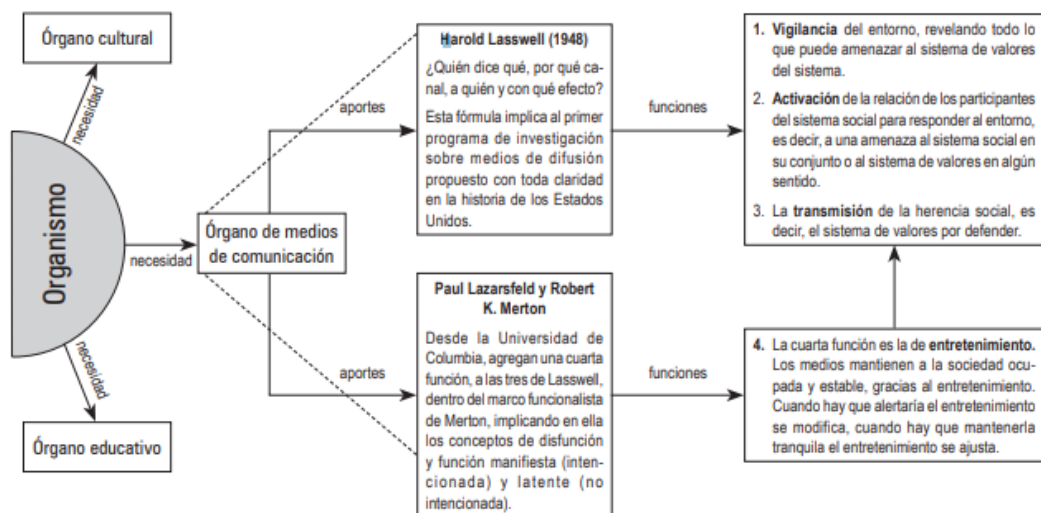
Las teorías de la comunicación nos indican las capacidades que tiene un individuo para comunicarse de cierta forma con los demás, como lo explica López, Castro y Oñate (2020) “Las teorías de la comunicación y de los efectos siguen siendo útiles en la medida en que explican la relación entre los ciudadanos, el mensaje, los medios y el aparataje de la sociedad digital” (p.4).

2.1.2 Teoría Funcionalista

El funcionalismo fue una especie de modelo en la que se insertaron diferentes componentes, interpretaciones o rasgos ideológicos de distintos asuntos, lo cual dio como resultado una representación que no siempre fue tan clara, ni integrada y dando paso a la confusión, aquello, llevaba a agrupar ciertos aspectos que no tenían una clara relación entre sí, además, se resaltaba una estructura teórica a la cual se le insertaban otras consideraciones. (Paulino, Kaplún, Mariño y Custódio, 2020)

Cuando hablamos de la teoría funcionalista, se entiende que la sociedad debe estar estratificada, debido a que, hay distinciones en la repartición de los homenajes porque las aptitudes de las personas, su desempeño y en sus funciones importantes en el ámbito de la sociedad global. Al mismo tiempo, la teoría funcionalista proporciona la identificación de patrones y estructuras dentro de los datos recopilados en la investigación cualitativa. Esto es valioso cuando se trata de topar temas complicados y multidimensionales, como las interacciones sociales, las instituciones o los sistemas culturales. (Fajardo y Cervantes, 2020).

Figura 1. Funcionalismo en comunicación



Nota: El gráfico expone los principales postulados de Lasswell, Lazarsfeld y Merton en el marco del funcionalismo en comunicación

Fuente: Tomado de: Medios digitales y funcionalismo: reflexiones del estreno de Joker (p.5). Galindo, 2007 y Cadenas, 2016 en Cruz, 2020

Como se puede apreciar en la figura, la teoría funcionalista, al facilitar una lente analítica, permite encontrar significado y explicaciones más completas detrás de los comportamientos y acciones del objeto de estudio, en este caso, los accionares de la población al impacto con las estrategias de comunicación aplicadas en el proyecto ETI, permitiendo una interpretación más completa y una comprensión más rica de los fenómenos sociales estudiados.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Proyecto ETI (Erradicación del Trabajo Infantil) GADM-C GUANO

El Proyecto de Erradicación del Trabajo Infantil es un plan para combatir el trabajo de infantes a nivel nacional, nace en el 2007 cuando el estado ecuatoriano se plantea combatir progresivamente el trabajo infantil; el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) realiza un convenio con el GADM-C de Guano en junio del 2013. Basantes (2018) expresa:

Dentro del objetivo principal de este plan se encuentra promover, impulsar la prevención y erradicación progresiva del trabajo infantil a través de políticas de Estado en conjunto con diferentes instituciones que velaran por el cumplimiento a cabalidad de estas disposiciones, el desarrollo de este plan está basado tanto en legislación nacional como internacional referente al trabajo infantil, procurando abarcar en lo posible toda la legislación concerniente al tema. (p.31)

En este sentido, el plan progresivo busca impulsarse con el apoyo de diferentes legislaciones e instituciones en busca del beneficio de los Niños, Niñas y Adolescentes (NNyA). Es por lo que, la Dirección regional del Trabajo y Servicio Público de Cuenca (2021) informa que:

El Ministerio de Trabajo a través del Proyecto de Erradicación de Trabajo Infantil, es el ente rector de control, prevención y erradicación de trabajo infantil bajo relación de dependencia, así como regularizar las relaciones laborales de adolescentes que tienen la edad legal para trabajar (15-17 años), siempre que no sean actividades peligrosas. (s.p)

En el mismo contexto, el MIES sería ente regulador de que los diferentes proyectos se lleven a cabo de manera regular y eficiente, ofreciendo capacitaciones al personal y así obtener un correcto desempeño para este creciente propósito, Quintana (2023):

Para el proyecto ETI se da atención y el acercamiento a la niña, niño y adolescente identificado en esta situación; ya que se trabajará en las comunidades de la parroquia San Andrés y San Isidro; en las comunidades de Tuntatacto y Chocavi Central del cantón Guano. Siendo estas parroquias y comunidades las que abarcan un alto índice de trabajo infantil. (p.1)

2.2.2 La comunicación

Entendemos que la comunicación es un proceso que se da entre dos o más personas, en un contexto en donde se intercambian ideas y emociones, Calua, Delgado y López (2021) afirman:

En cuanto a la comunicación, diremos que es un intercambio de información entre el emisor y el receptor cuyo fin es transmitir o recibir un determinado mensaje. Su importancia reside

en los seres humanos, quienes intercambian información de diferente tipo entre sí, haciendo del acto de comunicar una actividad esencial para la vida en la sociedad. (p.3)

A partir de la cita, la comunicación es un proceso que se da netamente en los seres humano, el cual ha ayudado a la evolución de esta, y aunque existen diferentes formas de comunicación, todas tienen el mismo propósito de transferir un conocimiento y/o pensamiento.

2.2.3 Estrategias de comunicación de las campañas sociales utilizadas en el proyecto ETI Guano para la erradicación del trabajo infantil

2.2.3.1 ATL Y BTL

Otra de las estrategias de comunicación que utilizó en la institución es el uso de los ATL (Above The Line), que se basa en el uso de todos los medios de comunicación no tradicional, y los BTL (Below The Line) que utiliza a los medios de comunicación tradicional, como explican Herrera y Zambrano (2019):

La publicidad Above The Line (ATL) es una forma más masiva de promocionar la marca, donde la publicidad podrá ser recibida por el público objetivo y también por personas que no pertenezcan a este segmento. Below The Line (BTL) emplea canales más directos, es más cercano e impacta públicos más pequeños, logrando, por lo general, mayor recordación y sorpresa. Es probable que el BTL solo sea dirigido al target de la marca. (p.5)

Como lo aprecia el autor, se trata de una forma de interactuar con los usuarios en redes sociales, como lo ha hecho el GADM-C de Guano, creando posts en la red social Facebook, en donde informa sobre las distintas campañas que se realizan dentro del proyecto ETI.

Un problema social como el trabajo infantil inmiscuye a los diferentes protagonistas de ella, sin embargo, el autor menciona que con el pasar del tiempo, la publicidad social ha ido perdiendo su esencia pasando de ser usada con fines comerciales y lucrativos. Por aquello, al usar esta estrategia, la institución promueve el correcto uso de la publicidad social, basándose en su esencia, que es realizar una ayuda social, sin fines económicos.

2.2.3.2 Comunicación organizacional

Como una rama de la comunicación, “la comunicación organizacional, es una disciplina abordada por las ciencias sociales y administrativas. Las primeras Escuelas Clásicas de la Administración (...) resaltaron la importancia de la división del trabajo, como un mecanismo para cumplir con los objetivos propuestos” Pineda, 2020, p.5).

2.2.3.3 Comunicación estratégica

El adecuado manejo de la comunicación genera un éxito institucional “Las estrategias comunicativas deben ser planeadas y manejadas cuidadosamente, ya que éstas son el primer paso para lograr una imagen positiva de la empresa en la comunidad en la que se encuentra inserta” (Márquez, Bureau, Cevallos y Vásquez, 2018, p.5).

2.2.3.4 Campañas sociales

(Alvarado López, 2010 en Marinescu, Mejías y Nogales, 2022) “Las campañas sociales responden a la necesidad de comunicar de forma masiva y persuasiva un determinado mensaje a una audiencia establecida a priori, denominado por la autora como “el blanco del

mensaje” (p.5). Las campañas sociales se forman a partir de una insuficiencia social previamente estudiada que tienen el fin intenso de hacerse conocer.

2.2.3.5 Campañas de educación pública o campañas de sensibilización

Se trata de una campaña que busca de alguna forma llegar a las emociones del público objetivo:

Es bastante frecuente encontrar en la mayor parte de los programas e intervenciones profesionales de carácter comunitario, acciones y actividades llamadas de “sensibilización”. En el ámbito de la acción social antirracista, tales acciones de ordinario se formulan bajo la denominación de “campañas de sensibilización”, a mayor o menor escala. (Buraschi y Aguilar, 2019, p.3)

Por tal motivo, en este tipo de programas están inmiscuidos profesionales en el manejo social y comunitario para lograr, a partir de un esquema de estrategias, los objetivos planteados.

2.2.4 Estrategias de comunicación

Existen diferentes estrategias de comunicación para diferentes propósitos, aquellos sirven para tener de manera organizada las ideas y procedimientos que se realizaran para un propósito (Pérez, 2001 como se citó en Egas y Yance, 2018):

Las estrategias de comunicación desempeñan 3 misiones: Demanda la reflexión y el estudio asiduo respecto al vínculo de una empresa o de una marca con sus públicos: Se trata de fijar las relaciones de una organización con el medio para saber si son las más idóneas y si la misma tiene concordancia con la misión y las metas que se aspiran lograr. Descripción de la línea directriz para la comunicación: señala los sistemas que son mayormente ventajosos para usar, tomando en cuenta el estudio de las circunstancias de la empresa. Otorgar congruencia a la variedad de comunicación de una corporación: Las estrategias comunicativas representarían la señal de partida el cual posibilitará a los miembros de la empresa poder practicar una comunicación segura y eficiente. (p.5)

Como se puede evidenciar, las estrategias de comunicación cumplen tres objetivos principales, iniciando con el sondeo sobre el público al que se quiere llegar y como se observa en la figura 2, esclarecer las mejores estrategias y tener variedad para un correcto desempeño.

Figura 2. Matriz operativa de la identificación de los públicos objetivos

TÍTULO											
Objetivos/Líneas o Campaña		Desarrollo				Tiempo		Recursos		Medición	
Genera l	Específicos	Acción estratégica	Público/ Meta	Canal/ medio	Mensaje	Periodicidad	Fecha	Responsable	Recursos financieros	Indicadores	Evidencia

Nota: La matriz operativa muestra el orden que se debe seguir para obtener un público objetivo

Fuente: Tomado de estrategias de Comunicación Diseño, ejecución y seguimiento (p.29). Ríos, Páez Y Barbos, 2020

2.2.4.1 Trabajo infantil

Según la OIT “El término “trabajo infantil” suele definirse como todo trabajo que priva a los niños de su niñez, su potencial y su dignidad, y que es perjudicial para su desarrollo físico y psicológico”. El género y la pobreza son unas de las principales causas de trabajo infantil.

Geográficamente existe en todos los países, aunque en algunos con más intensidad que en otros, en palabras de Romero (2019):

El trabajo infantil se da en todas las naciones y continentes de nuestro planeta. El mero hecho geográfico de nacer en un determinado lugar, predetermina que el menor sea incluido en los sistemas de trabajo, de forma más o menos frecuente e intensa. (p.9)

Sea intenso o no, estamos hablando de trabajo infantil, Romero nos habla del espacio geográfico para establecer el destino de los NNyA en el campo laboral desde temprana edad.

2.2.4.2 Trabajo infantil en el Ecuador

Ahora bien, Ecuador es un estado de derechos y justicia social, por lo que, vela por la seguridad de todos sus ciudadanos, especialmente de los más vulnerables, (Yacelga, 2019 como se citó en Baque, 2021) afirma:

El Ecuador ha dado importantes pasos en materia de reconocimiento, protección y garantía de derechos humanos en general, pero especialmente en materia de trabajo infantil. Tanto en la creación de un marco normativo que protege a los grupos vulnerables, como en la aplicación de los tratados y convenios internacionales que llevan a su erradicación, Ecuador lo ha hecho con varios artículos en los instrumentos legales. (p.19)

Siendo el país que protege el bienestar de los NNyA ha establecido garantías que protejan sus derechos en conjunto con las distintas alianzas internacionales que apoyan los proyectos progresivos de Erradicación del Trabajo Infantil.

2.2.4.3 Trabajo infantil en Chimborazo

Dentro de la provincia, principalmente en sectores indígenas, se ha observado un gran número de infantes realizando distintos trabajos, partiendo desde el hogar o por necesidades económicas dentro del núcleo familiar, por ello, Correa (2014) señala que “En las comunidades indígenas de la provincia de Chimborazo, los padres "venden o prestan" a sus hijos para que laboren en Venezuela y Colombia, en jornadas que alcanzan hasta 18 horas diarias” (p.20).

2.2.4.4 Trabajo Infantil en Guano

En el cantón Guano el proyecto ETI comienza sus estudios en el año 2013, analizando y estudiando la problemática con las diferentes estrategias antes planteadas, Morocho (2016) testifica que “El GADM Guano empezó de una manera responsable a efectuar estudios del sector para generar políticas públicas que conjuntamente con el sector privado y en especial con las instituciones educativas y padres de familia permitan erradicar el trabajo infantil” (p.21).

Figura 3. Población de niños, niñas y adolescentes en Guano.



Nota: la figura muestra la cantidad y porcentaje de niños, niñas y que existen en el cantón Guano

Fuente: INEC, 2022

2.2.5 Marco normativo del trabajo infantil

Partiendo de las legislaciones creadas a favor de los derechos de los NNyA es que, Jiménez, Cuesta y Vilela (2020) advierten:

En el artículo 138 del Código del Trabajo se establece la prohibición a los menores de 18 años a trabajar en la industria o en aquellas labores consideradas como peligrosas e insalubres por el Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia y coordinadas con el Comité Nacional para la Erradicación Progresiva del Trabajo Infantil (CONEPTI) y según las disposiciones establecidas en el Código de la Niñez y Adolescencia y convenios internacionales ratificados por el Ecuador. (p.4)

De igual manera, más adelante se detalla la ley en donde se prohíbe el trabajo infantil a NNyA menores de 15 años, así lo mencionan Valdez y Vaca (2019):

En cuanto al marco normativo ecuatoriano, ya en el Código Del Trabajo (Ley 167, 2006, art. 134) se establecía que estaba prohibido el trabajo infantil para menores de 15 años. A la vez, para el caso del empleador que violase esta prohibición se le exigía el pago de una remuneración doble como indemnización al menor. (p.4)

Figura 4. Algunas normativas en las cuales el trabajo infantil es regulado

Normativa	Articulado
Código de trabajo	Artículos:138 y 134
Código de la niñez y adolescencia	Artículo 81, 82, 83
Constitución de la República del Ecuador	Artículo 44, 45, 46
Convenio 138 sobre la edad mínima	Todo el convenio
Convención internacional sobre los derechos del niño	Todo el convenio
Convenio 182: Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil de la Organización Internacional del Trabajo	Todo el convenio
Mandato Constituyente 8	Artículo 7.

Nota: las normativas mostradas prohíben el trabajo infantil, lo regulan y sancionan

Fuente: Obtenido de: El trabajo infantil y su repercusión en el ámbito legal en la ciudad de Riobamba durante el período 2020-2021 (p.51). Valladares, 2023

2.3 Variables

Variable independiente: Estrategias de comunicación de las campañas sociales

Variable dependiente: Trabajo infantil

2.3.1 Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable independiente = causa Estrategias de comunicación de las campañas sociales	En el vocablo comunicacional, la estrategia es un esquema de influencias psicosociológicas dedicadas a uno o generalmente a varios públicos, mediante un grupo parcialmente extenso de hechos y medios de comunicación. Egas y Yance (2018) Las campañas sociales tienen como objetivo principal el tratar de convencer a los destinatarios para que acepten o modifiquen determinadas ideas, actitudes o conductas.	Intervención de la comunicación Eficacia de las estrategias de la comunicación Conocimiento contextual de la comunicación	Pensamiento de los usuarios Políticas de la comunicación Uso de medios gráficos, radiales y audiovisuales Involucramiento y aceptación Inducción a la acción Materiales y recursos de comunicación	Técnica: Entrevista Matriz de estrategias de comunicación Instrumento: Guía de preguntas Matriz

	<p>Tiene la finalidad de sensibilizar con un mensaje claro y preciso, para alejar a las personas de sus viejos hábitos, aprender y mantener el nuevo comportamiento. Cabanillas (2020)</p> <p>Las campañas buscan un cambio de actitudes y conductas en la sociedad. La historia de Grecia y Roma se crearon estas campañas para erradicar la esclavitud. Además, en era de la revolución industrial se lanzaron campañas para la liberación de deudores encarcelados, que las mujeres tenga derecho al voto, evitar y eliminar el trabajo infantil. (Philip Kotler (citado en Talavera 2017) citado en Cabanillas, 2020)</p>			
--	---	--	--	--

<p>Variable dependiente= efecto</p> <p>Trabajo infantil</p>	<p>Para definir el trabajo infantil requiere citar a dos importantes ONGS como (Egas y Yance, 2018 citado en UNICEF) (Fondo para la Infancia de las Naciones Unidas) quien menciona que “el trabajo infantil es cualquier trabajo que supere una cantidad mínima de horas, dependiendo de la edad del niño o niña y de la naturaleza de este. Este tipo de trabajo se considera perjudicial para la infancia y por tanto debería eliminarse”</p> <p>Por otro lado, la Organización Internacional de Trabajo (OIT, 2004) señala que “todo trabajo que priva a los niños de su niñez, su potencial y su dignidad, y que es perjudicial para su desarrollo físico y psicológico”</p>	<p>Familias disfuncionales</p> <p>Nivel socioeconómico</p> <p>Etnia o raza</p> <p>Género</p>	<p>Baja autoestima</p> <p>Desmotivación</p> <p>Discriminación</p> <p>Brechas de género</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Guía de preguntas</p>
---	---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

El método utilizado en la presente investigación es el método deductivo, debido a que permitió analizar las estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano, lo cual ayudó a entender cuál es el impacto de estas.

Se utilizó de igual manera el método analítico, este consiste en el análisis de un todo, descomponiendo sus elementos para observar las causas y los efectos, lo que permitió analizar de manera profunda las estrategias de comunicación aplicadas en el proyecto.

3.1.1 Enfoque de la investigación

Desde esta perspectiva, el enfoque para esta investigación se consideró de carácter mixto: cualitativo y cuantitativo. Considerando que se va a analizar las estrategias de comunicación de las campañas sociales para la Erradicación del Trabajo Infantil por parte del GADM-C de Guano; por lo tanto, en el presente estudio se pretende recolectar diferentes tipos de información acerca de las estrategias comunicacionales que utilizó el GADM-C en cuanto a la elaboración de sus estrategias y a sus avances.

(Creswell, 2009 como se citó en Flores, 2018) una investigación cualitativa es “Un medio para explorar y comprender el significado que los individuos o grupos atribuyen a un problema social o humano. [...donde] el investigador hace interpretaciones del significado de los datos; [y] el informe final escrito tiene una estructura flexible” (p.2), de esta manera se espera precisar la realidad y obtener la información requerida.

Por otro lado, para Sánchez y Murillo (2021) la investigación cuantitativa “usualmente parte de cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, con base en los cuales formula hipótesis sobre relaciones esperadas entre las variables que forman parte del problema que se estudia” (p.6).

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 Según La finalidad:

Sera la básica que tiene por objetivo principal diagnosticar y conocer más los conocimientos de una determinada disciplina científica, a pesar de no ser prioritaria la aplicación práctica.

Según Gómez (2012) “Este estudio estará determinado de acuerdo al uso que se le dará a los resultados de la información” (p.17), por lo que, será una investigación básica ya que tenemos como objetivo tener más conocimientos sobre el entorno comunicacional alrededor del tema de investigación, con respecto a nuestra cultura y sociedad.

3.2.2 Según el alcance temporal

“En este diseño lo que se mide es la relación entre dos variables en un tiempo para determinar si están o no relacionadas entre sí” (Ramos, 2018, p.43). El alcance será

Sincrónico pues la investigación se dará en un periodo de 12 meses, lo cual define a la investigación síncrona la cual se da en un periodo específico de tiempo, sin resaltar su progreso y derivación en el tiempo. Para ello, se efectúa un análisis y los datos se examinan para conseguir información sobre el fenómeno estudiado en ese momento específico.

3.2.3 Según la profundidad

Se desarrollará una investigación descriptiva, ya que hablamos sobre un fenómeno social, en el cual la investigación de profundidad busca hacer una relación de las variables en donde explican porque se produce el fenómeno mencionado. “Es la investigación que se realiza cuando el objetivo consiste principalmente en examinar un tema poco estudiado, y se desea, como su nombre lo indica, profundizar en sus propiedades, aspectos, elementos, características y rasgos propios del fenómeno de estudio.” (Gómez, 2012, p.17).

Con esta investigación se busca dar detalles de las causas del evento, es decir, analizar la situación de trabajo de los infantes en la ciudad de Riobamba relacionándolo como la comunicación para el cambio social en la cual se han visto inmiscuidos diferentes instituciones de la provincia.

3.2.4 Según las fuentes

Primarias: utilizan datos o información de primera mano generada por los investigadores. Secundarias: utilizan información de segunda mano generadas con anterioridad o de forma ajena a la investigación (registros, bases de datos).

Las fuentes utilizadas fueron las proporcionadas por el GADMC de Guano, denominadas como “Informe de mesa técnica del lanzamiento”; “Informe GPR”; “Taller familias ETI” y “Taller informe NNA”. Las cuales se analizaron y sacaron los temarios más importantes para comprender el desarrollo del proyecto de Erradicación del Trabajo Infantil.

3.3 Diseño de la investigación

Será un diseño no experimental, pues estaremos interesados en conocer e investigar los productos comunicacionales que han sido generados por los comunicadores de la institución a investigar en conjunto con las demás que se han visto interesadas en el proyecto de erradicación del trabajo infantil en el cantón Guano. Según (Hernández et al., 2014 como se citó en Naekat, 2023) son “estudios que se realizarán sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.35).

3.4 Población y muestra

Población 1: Número de campañas (psico educa, navidad sin mendicidad, estrategias para una buena comunicación e integración familiar, manejo de las dificultades y desafíos en la crianza de nuestros hijos, colonia vacacional verano 2023)

La población incluirá a las campañas creadas para llevar a cabo la erradicación del trabajo infantil en el cantón Guano. Además, en el análisis de contenido se analizará todas las publicaciones realizadas por parte del GADM-C Guano en la red social Facebook con relación a las campañas sociales a favor de la Erradicación del Trabajo Infantil durante el periodo de investigación.

1 proyecto: 5 campañas sociales: (Dirección de Gestión Social del Desarrollo Económico Local, 2024)

Muestra: 1 estrategia: (ATL – FACEBOOK)

Población 2: La población incluirá a todos los habitantes de 20 a 49 años que pertenecen al cantón Guano.

22.811 hombres y 25.516 mujeres; 9.231 hombres de 20 a 49 años; 10.985 mujeres de 20 a 49 años, dando un total de 20,216 personas de 20 a 49 años (INEN, 2022)

Muestra:

Fórmula

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 p * q}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población: 20.216

Z= Nivel de confianza: 90 = 1,645

e= Rango de error: 5%

p= variabilidad positiva: 50%

q= variabilidad negativa: 50%

$$n = \frac{20.216 (1,645)^2 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (20.216 - 1) + (1,645)^2 0.5 * 0.5}$$

n= 267.02

n= 267

Muestra total: Después del cálculo matemático se obtuvo que el tamaño de la muestra es de 267 hombres y mujeres de la edad comprendida entre 20 a 49 años del cantón Guano.

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica: revisión bibliográfica, entrevista, análisis de contenido y encuesta

Para la realización de la investigación se usaron cuatro técnicas: la primera es la revisión bibliográfica, en palabras de Tramullas (2020) “Las revisiones bibliográficas resultan clave para identificar tendencias y nuevas áreas de investigación, pero también para sintetizar y disponer de fundamentos sobre los cuales consolidar el corpus de una disciplina.” (p.2).

Por otro lado, Araque (2019) menciona que “La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema de investigación propuesto” (p.1). Es decir, esta técnica ayudará a percibir la información necesaria de quien se quiere obtener información.

Hablando del análisis de contenido, Sánchez, Fernández y Díaz (2021) aseguran que “este tipo de análisis es una técnica de interpretación y comprensión de textos escritos, orales, filmados, fotográficos, transcripciones de entrevistas y observaciones, discursos, documentos” (p.12).

Finalmente, la encuesta aporta significativamente a la investigación, como lo dicen Ávila y Licea (2020) “permite de una mejor forma tabular y estudiar las opiniones recibidas de los encuestados, para su conversión, inferencialmente, por el investigador, en información útil a considerar en la investigación” (p.12).

3.4.2 Instrumento: base de datos académica, cuestionario de la entrevista, matriz de análisis de contenido y cuestionario de encuesta

Para cada técnica, se utilizaron los siguientes instrumentos:

Base de datos académica

la primera “Una base de datos académica o científica es un sistema de información que registra documentos y sus propiedades, resultantes de actividades académico-científica” (Espinoza, 2020, p.3).

Cuestionario de Entrevista

Además, se manejó la guía de preguntas, que, en palabras de Piza, Amaiquema y Beltrán (2019) “las preguntas de la entrevista deben formularse de lo general a lo particular, las preguntas de mayor complejidad deben ir primero para dar paso a las preguntas que susciten sensibilidad en los entrevistados” (p.3).

Para aquello, se aplicó la entrevista a la directora de Gestión Social del Desarrollo Económico y Local del GAD de Guano, Licenciada Rosa Elena Tacuri; también al comunicador social, Licenciado Franklin Coba, quienes son partícipes del proyecto analizado.

Matriz de análisis

Por último, la matriz de análisis ayudó a la deliberación de los productos comunicacionales utilizados en el proyecto, como lo mencionan Hernández y González (2020) “Con estas matrices el investigador puede reflexionar de manera sistemática en el análisis de los resultados, compararlos y construir las ideas compartidas a partir de estos” (p.11).

Cuestionario de encuesta

Para analizar el nivel de posicionamiento de la campaña se implementará el cuestionario la cual, para Ávila y Licea (2020) se realiza “con el fin de conocer (...), mediante un cuestionario o una guía de aspectos, sus opiniones o criterios, acerca de las causas, las consecuencias, las posibles soluciones y los responsables directos e indirectos, del problema investigado.” (p.2).

Alfa de Cronbach

Para la validación de la encuesta se utilizó el estadístico alfa de Cronbach, que será, como lo dice Ponce, Cervantes y Robles (2019) “considerado, como uno de los procesos de confiabilidad o consistencia interna” (p.3). Lo cual significa que, es utilizado para validar el instrumento de la encuesta y así poder determinar que es una forma viable de obtener resultados oportunos.

Tabla 2. Validación de la encuesta: se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach

ENCUESTADOS	ITEMS									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	2	3	3	3	2	3	3	3	4	26
E2	2	4	4	3	4	3	5	3	4	32
E3	2	5	2	3	2	3	2	3	3	25
E4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	25
E5	2	4	2	3	2	3	2	3	3	24
E6	2	5	2	4	2	4	2	4	3	28
E7	2	4	3	4	3	4	3	4	2	29
E8	2	5	2	4	2	5	2	4	3	29
E9	2	5	3	5	5	5	3	4	3	35
E10	2	2	2	3	2	3	2	4	3	23
E11	3	3	2	4	3	4	2	4	3	28
E12	2	4	3	2	3	4	3	5	3	29
E13	2	4	3	4	3	4	2	4	3	29
E14	3	2	2	4	2	4	3	4	3	27
E15	2	4	3	4	3	4	2	4	3	29
E16	4	5	4	3	3	3	3	3	3	31
E17	2	5	2	3	3	4	3	3	3	28
E18	2	5	3	4	3	4	5	4	3	33
E19	3	4	2	4	2	4	3	4	4	30
E20	2	5	3	4	3	4	3	4	3	31
E21	2	4	3	4	3	4	2	5	3	30
E22	3	4	3	3	3	5	2	4	3	30
E23	2	5	3	4	2	4	2	4	3	29
E24	3	4	2	3	3	4	5	5	3	32
E25	2	1	2	3	2	4	2	4	3	23
E26	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
E27	5	5	2	4	3	5	5	3	3	35
E28	2	5	3	4	3	5	5	5	3	35
E29	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
E30	2	2	2	2	2	3	2	2	2	19
VARIANZA	0.499	1.223	0.422	0.450	0.462	0.472	1.129	0.529	0.200	
SUMATORIA DE VARIANZAS	5.387									

VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	13.489
----------------------------------	--------

Fuente: Chacón (2020)

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_T^2} \right]$$

$$\alpha = \frac{9}{9 - 1} \left[1 - \frac{5.387}{13.489} \right]$$

$$\alpha = 0.675741351$$

Tabla 3. Nivel de confiabilidad

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	confiabilidad nula
0.54 a 0.59	confiabilidad baja
0.60 a 0.65	confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Fuente: Chacón (2020)

Resultados de la validación del instrumento


Una vez aplicado el alfa de Cronbach se determinó que, el cuestionario de encuestas es Muy confiable, con él 0.675741351 lo cual en el cuadro está dentro de los aspectos aplicables, porque según la *tabla 3*, referente al nivel de confiabilidad, la cifra obtenida equivale al termino “muy confiable”.

CAPÍTULO IV.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

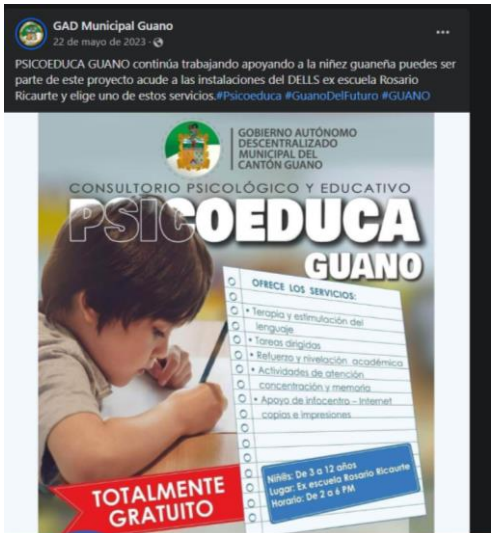
4.1 Resultado de análisis de contenido

Tabla 4. análisis de contenido (mayo 2023)

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
4 de mayo de 2023	CONSULTORIO PSICOLÓGICO EDUCATIVO PSICOEDUCA El consultorio Psicológico Educativo “Psicoeduca”, es un espacio donde se brinda terapias de gestión de lenguaje, tareas dirigidas, refuerzos y nivelación académica, además donde se brindan terapias para mejorar la atención, concentración y memoria.	Informativo	Proyecto	Fotografías, texto y hashtags	Presenta faltas de ortografía. Utiliza palabras técnicas. A pesar de mencionar los números telefónicos hace falta mencionar los requisitos completos.	Se informa sobre el consultorio psicológico educativo “Psicoeduca” en donde acuden los NN y A, para mejorar sus capacidades, añaden sus beneficios y sus bases ideales. Finalizan con datos sobre el lugar al cual tienen que presentarse, esto ayuda a que la gente tenga más conocimiento de los procesos que se realizan también proporcionan los números telefónicos para ofrecer información.	Reacciones: 15 Comentarios: 0 Compartidos: 5	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 5. análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
22 de mayo de 2023	PSICOEDUCA GUANO continúa trabajando apoyando a la niñez guaneña puedes ser parte de este proyecto acude a las instalaciones del DELLS ex escuela Rosario Ricaurte y elige uno de estos servicios.#Psicoeduc a #GuanoDelFuturo #GUANO.	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	Da la información completa sobre los servicios que ofrecen. El arte es llamativo y colorido Resaltan la gratuidad del servicio Buena relación entre el texto y la imagen	Se informa sobre la campaña “Psicoeduca en donde se ofrece espacios de ayuda para NNyA que tienen problemas de aprendizaje, ofreciendo cursos en varias materias como: estudios sociales, inglés, ciencias naturales, terapia y estimulación del lenguaje. Señalan los requisitos necesarios para acceder a los beneficios.	Reacciones: 10 Comentarios: 0 Compartidos: 4	

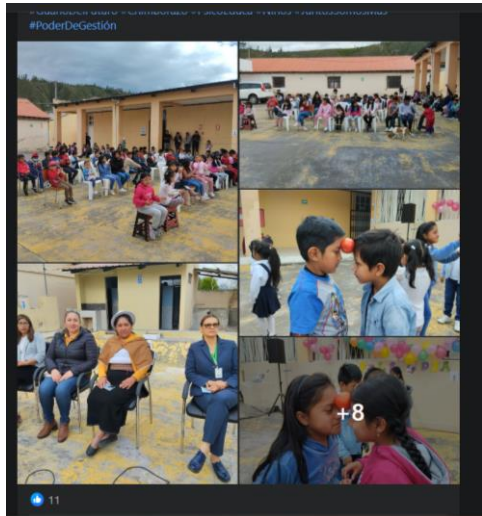
Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 6. análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
25 de mayo de 2023	PSICOEDUCA UN PROYECTO DE AYUDA SOCIAL SUSTENTABLE...	Informativo	Proyecto	Fotografías, texto y hashtags	Demasiado texto, lo hace poco atractivo. Presenta ambigüedad Utilizan imágenes no originales	Se informa sobre el proyecto Psicoeduca en donde se ofrece espacios de ayuda para NNyA que tienen problemas de aprendizaje, ofreciendo cursos en varias materias como: estudios sociales, inglés, ciencias naturales y otros. Hacen una invitación a los NNyA a inscribirse en conjunto con sus padres, debido a que se acerca la temporada de vacaciones.	Reacciones: 10 Comentarios: 2 Compartidos: 0	

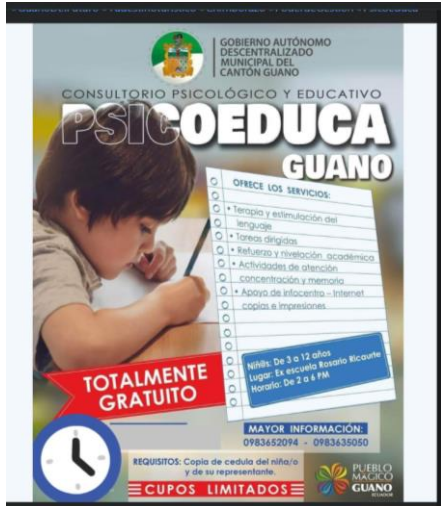
Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 7: análisis de contenido (junio 2023)

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
1 de junio de 2023	PSICOEDUCA GUANO HOMENAJEÓ A NIÑOS POR SU DÍA En un ambiente lleno de sonrisas, sueños y premios, el proyecto Psicoeduca Guano rindió homenaje a cerca de 80 niños beneficiarios...	Informativo	Proyecto	Fotografías, texto y hashtags	<p>Detallan todas las actividades realizadas.</p> <p>Usan un lenguaje comprensible.</p> <p>Resaltan la continuidad del proyecto.</p>	<p>Se realizó un evento por el día del niño en donde hubo juegos y refrigerios. Informaron sobre el apoyo del alcalde al proyecto; explicaron la importancia de la familia para el buen desarrollo infantil.</p>	<p>Reacciones: 11</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 0</p>	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 8: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
5 de junio de 2023	EN EL PROYECTO PSICOEDUCA SEGUIMOS REGISTRANDO INSCRIPCIONES	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	La imagen ya se había usado antes. No es llamativo, al ser repetitivo.	Se vuelve a informa sobre la campaña “Psicoeduca en donde se ofrece espacios de ayuda para NNyA que tienen problemas de aprendizaje, ofreciendo cursos en varias materias como: estudios sociales, inglés, ciencias naturales, terapia y estimulación del lenguaje. Señalan los requisitos necesarios para acceder a los beneficios.	Reacciones: 5 Comentarios: 0 Compartidos: 0	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 9: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
26 de junio de 2023	"Convocamos a olvidarnos de banderas políticas, a unírnos al trabajo, a renovar nuestro compromiso y corresponsabilidad. Todos somos Guano, todos", dijo Oswaldo Estrada/alcalde...	Informativo	Proyecto	Fotografías, texto y hashtags	El texto es claro y preciso Tiende a no ser tan llamativo No colocan el lugar de la visita de la autoridad.	El alcalde del cantón Guano realiza una visita a un lugar no mencionado y muestra su apoyo al proyecto, hace una invitación a todos para que apoyen al proyecto sin hacer diferencias políticas.	Reacciones: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 2	




Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 10: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
26 de junio de 2023	<p>📍 Colonia Vacacional Verano 2023 🐾</p> <p>Sea parte e inscribese en una de las 12 disciplinas planificadas 📄</p> <p>INSCRIPCIONES</p> <p>📍 En la Dirección Social del Desarrollo Económico - Antonio Báus y García Moreno (Ex-escuela Rosario Ricaurte) barrio La Inmaculada.</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Es muy colorido y llamativo</p> <p>Plasma toda la información necesaria</p>	<p>Informan y hacen la invitación a la campaña que se dio en las vacaciones del 2023. Muestran las disciplinas disponibles, los requisitos de inscripción y resaltan la gratuidad del proyecto.</p>	<p>Reacciones: 43</p> <p>Comentarios: 18</p> <p>Compartidos: 33</p>	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 11: análisis de contenido (julio 2023)

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
5 de julio de 2023	<p> Toma nota 📌</p> <p>Faltan 5 días para la apertura de inscripciones de la Colonia Vacacional "Verano 2023" totalmente gratis</p> <p> Insíbete a partir del 10 al 14 de julio...</p> <p>#GuanoTuDestino #ColoniaVacacional #Verano2023</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Es colorido y llamativo</p> <p>Incorpora el uso de emojis, lo cual le da sensibilidad</p>	<p>Realizan otra publicación informando sobre las fechas para la inscripción a la colonia vacacional de verano, en donde hubo diversas actividades para los niños.</p>	<p>Reacciones: 3</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 0</p>	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 12. Análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
5 de julio de 2023	En vacaciones ocupa bien tu tiempo libre, intégrate a las colonias vacacionales gratuitas Guano 2023. Pensamos en ti! #GuanoDelFuturo #ColoniasVacacionales #Chimborazo	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	Presenta faltas de ortografía No mencionan el lugar de inscripción	Se informa sobre la colonia vacacional 2023, en el arte resaltan a 3 disciplinas, mencionan que deben ocupar bien su tiempo integrándose a dichas actividades.	Reacciones: 25 Comentarios: 10 Compartidos: 5	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 13: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
7 de julio de 2023	<p>🙄🙄 ya falta poco, ¿ya sabes qué hacer en estas vacaciones? 🙄</p> <p>aún tienes tiempo para decidirte, piénsalo 🙄</p> <p>Inscripciones a partir del 10 al 14 de julio 🙄</p> <p>#VeranoEnGuano #GuanoTuDestino #CursosVacacionales</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Textos claros y llamativos</p> <p>Información detallada y clara</p> <p>Correcto uso de los colores e imágenes</p> <p>Uso de los emojis da más sensibilidad</p>	<p>Informan que se acerca las fechas de inscripciones a las colonias vacacionales, en el arte detallan el lugar y requisitos para la inscripción.</p>	<p>Reacciones: 16</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 3</p>	



Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 14: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
8 de julio de 2023	<p>Se parte de la colonia vacacional "verano 2023" 🙌</p> <p>También puedes escoger: Ballet, Modelaje y Patinaje 🧑🏻‍🎓🧑🏻‍🎓</p> <p>📅 Inscripciones del 10 al 14 de julio</p> <p>#VeranoEnGuano #GuanoTuDestino #CursosVacacionales</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Dan toda la información</p> <p>Buena redacción</p> <p>Uso de los emojis da más sensibilidad</p>	<p>Informan acerca de tres disciplinas a las cuales pueden inscribirse (ballet, modelaje y patinaje), en el arte detallan el lugar, fecha y requisitos para la inscripción.</p>	<p>Reacciones: 10</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 1</p>	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 15: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
9 de julio de 2023	<p>¿No sabes qué hacer en estas vacaciones?</p> <p>¡Decídete ya! tenemos 12 disciplinas que puedes escoger y aprender en este Verano 2023</p> <p> Inscripciones del 10 al 14 de julio</p> <p>#VeranoEnGuano #GuanoTuDestino #CursosVacacionales</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Presenta una falta de ortografía</p> <p>Continúa con la misma línea de colores</p> <p>Demasiadas publicaciones con el mismo tema</p>	<p>Hacen una invitación a inscribirse en las colonias vacacionales 2023, informan sobre las 12 disciplinas con las que contarán, mencionan las fechas y requisitos.</p>	<p>Reacciones: 6</p> <p>Comentarios: 5</p> <p>Compartidos: 10</p>	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 16: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
9 de julio de 2023	<p>En estas vacaciones, tenemos el mejor plan para ti 🎉</p> <p>Tenemos 12 diferentes disciplinas que puedes participar totalmente gratis, tú eliges 🎉</p> <p>#VeranoEnGuano #GuanoTuDestino #CursosVacacionales</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Texto corto y entendible</p> <p>Persuasivo y llamativo</p> <p>El uso de emojis da más sensibilidad</p>	<p>Siguiendo con la colonia vacacional 2023, informan sobre las disciplinas que tienen para que puedan inscribirse, en el arte mencionan dos de ellas (adestramiento canino, baile folkore y urbano). Además, mencionan el lugar y fecha de inscripción</p>	<p>Reacciones: 7</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 0</p>	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 17: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
10 de julio de 2023	A partir de hoy, puedes inscribirte en nuestra Colonia Vacacional Verano 2023 🥰 Tenemos 12 disciplinas de las cuales puedes escoger, aprender, disfrutar y compartir este Verano 🥰...	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	Un texto llamativo El arte es colorido y enganchador Tiene la información completa	Después de varias publicaciones, llega el día de las inscripciones a la colonia vacacional de verano. Informan el lugar y fechas, además de las disciplinas que tienen a disposición.	Reacciones: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 3	 <p>Las inscripciones se cierran el viernes 14 de julio #VeranoVacacional #EscuelaNuestro #Carnavales</p> <p>GOBIERNO AUTÓNOMO REGIONAL GUAYAS PROVINCIA DE GUAYAS INSCRÍBETE HASTA EL 14 DE JULIO Llévate la copia de tu escuela DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL ESCUELA NUESTRO NIÑARTE</p> <p>Colonia Vacacional VERANO 2023</p> <p>Diseñado para niños, niñas y adolescentes de 6 a 15 años</p> <p>¡NO TE LO PIERDES!</p> <p>100% GRATIS</p> <p>GUAYAS la ciudad herida</p> <p>GUAYAS la ciudad herida</p> <p>3 veces compartido</p>

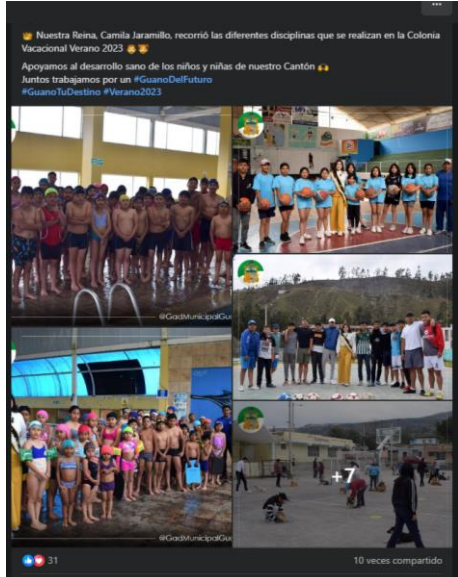
Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 18: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
17 de julio de 2023	<p>🎉 Llegó el día 🎉</p> <p>¡Es hoy! ¡Es hoy! ¡Es hoy!</p> <p>INAUGURACIÓN</p> <p>🕒 09H30</p> <p>📍 Explanada Municipal</p> <p>Te esperamos 😊</p> <p>#VeranoEnGuano #GuanoTuDestino #CursosVacacionales</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Poco texto y entendible</p> <p>El arte es llamativo y colorido</p> <p>Los personajes desbordan felicidad</p>	<p>Informan sobre la inauguración de la colonia vacacional detallan el lugar en donde se llevará a cabo y el horario.</p>	<p>Reacciones: 10</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 0</p>	

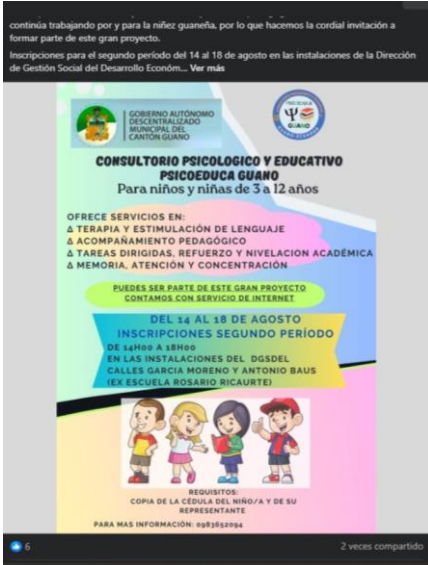
Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 19: análisis de contenido (agosto 2023)

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
8 de agosto de 2023	<p>👑 Nuestra Reina, Camila Jaramillo, recorrió las diferentes disciplinas que se realizan en la Colonia Vacacional Verano 2023 🧒🧒</p> <p>Apoyamos al desarrollo sano de los niños y niñas de nuestro Cantón 🧒🧒</p> <p>Juntos trabajamos por un #GuanoDelFuturo</p> <p>#GuanoTuDestino #Verano2023</p>	Informativo	Proyecto	fotografías, texto y hashtags	<p>Falta la ubicación de donde se están desarrollando cada actividad</p> <p>Falta el horario en el que se desarrolla</p> <p>Un video podría mejorar la interactividad</p>	<p>Informan sobre la visita de la reina a todas las disciplinas de la colonia vacacional de verano, muestran en las fotografías a los NNyA con sus uniformes y practicando. Mencionan que apoyan al buen desarrollo de los infantes.</p>	<p>Reacciones: 31</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 10</p>	

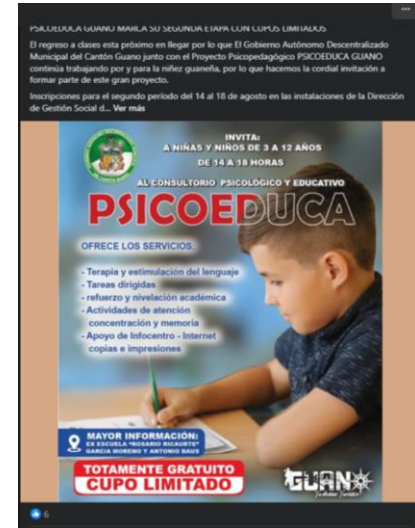
Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 20: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
9 de agosto de 2023	PSICOEDUCA GUANO MARCA SU SEGUNDA ETAPA El regreso a clases esta próximo en llegar por lo que El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guano junto con el Proyecto Psicopedagógico PSICOEDUCA GUANO continúa trabajando por y para la niñez guaneña, por lo que hacemos la cordial invitación a formar parte de este gran proyecto...	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	Tiene la información completa El arte se ve poco llamativo La imagen de los niños tiene fondo blanco y no contrasta con el fondo principal Usan diferentes tipografías	Comunican sobre la segunda etapa de la campaña “psicoeduca” que habla sobre el regreso a clases, mencionan que el GAD continúa trabajando para ellos y hacen la invitación a que formen parte de él gran proyecto. En el arte mencionan las fechas de inscripción y los servicios que ofrecen.	Reacciones: 6 Comentarios: 0 Compartidos: 2	


Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 21: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
14 de agosto de 2023	<p>PSICOEDUCA GUANO MARCA SU SEGUNDA ETAPA CON CUPOS LIMITADOS</p> <p>El regreso a clases esta próximo en llegar por lo que El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guano junto con el Proyecto Psicopedagógico PSICOEDUCA GUANO continúa trabajando por y para la niñez guaneña, por lo que hacemos la cordial invitación a formar parte de este gran proyecto...</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>El texto es repetido de una publicación anterior</p> <p>No existe una buena paleta de colores</p> <p>Ofrecen la información detallada y completa</p>	<p>Por segunda vez, informar sobre el proyecto “Psicoeduca” en su segunda etapa que es el regreso a clases, en donde el GAD trabaja por los NNyA de Guano y les hacen la invitación a formar parte de aquello.</p>	<p>Reacciones: 6</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 0</p>	

Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

Tabla 22: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
15 de agosto de 2023	<p>ÚLTIMOS CUPOS! Consultorio Psicológico y Educativo PsicoEduca Guano, está atendiendo en el siguiente horario: 2 a 3 pm terapia de lenguaje 3 a 5 pm acompañamiento pedagógico y tareas dirigidas</p> <p>5 a 6 pm actividades de memoria, atención y concentración.</p> <p>CUPOS LIMITADOS, VENGA Y REGÍSTRESE GRATUITAMENTE</p> <p>#GuanoDelFuturo</p>	Informativo	Proyecto	Arte, texto y hashtags	<p>Presenta faltas de ortografía</p> <p>Vuelven a usar un arte de una publicación anterior</p> <p>La imagen de los niños tiene fondo blanco y no contrasta con el fondo principal</p> <p>Usan diferentes tipografías</p>	<p>Anuncian sobre los últimos cupos para el consultorio psicopedagógico y educativo “Psicoeduca”, mencionan los horarios de inscripción y los servicios que ofrecen, además, invitan a registrarse de forma gratuita. En el arte proporcionan un celular para más información.</p>	<p>Reacciones: 7</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 0</p>	

Fuente: Tomado de Diaz, 2018 y adaptado por Mariuxi Naekat, 2024

4.2 Revisión de las tablas de análisis de contenido

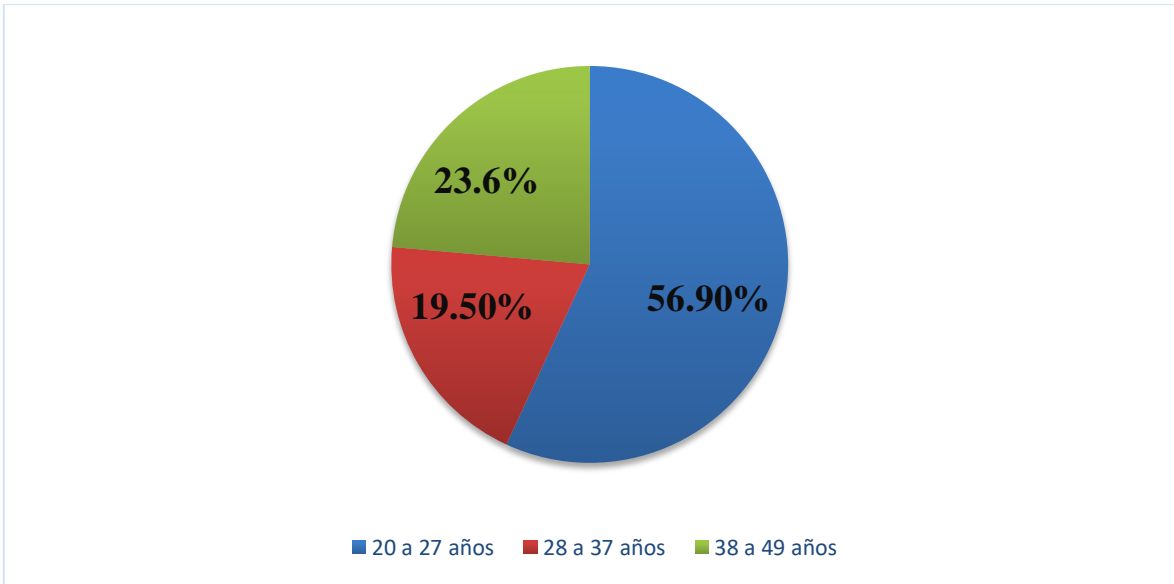
Tabla 23. Revisión del análisis de contenido

COLUMNA ANALIZADA	OBSERVACIÓN ACTUAL	ANÁLISIS/OBSERVACIONES	SUGERENCIAS DE MEJORA
FECHA DE PUBLICACIÓN	Incluye la fecha en la que se realizó la publicación.	Es un dato descriptivo que permite contextualizar la publicación.	Se podría agregar la hora.
DESCRIPCIÓN	Se da el mensaje textual completo.	Aporta claridad, pero en varias publicaciones puede ser redundante.	Resumir el mensaje con palabras clave o una descripción corta del contenido.
FORMATO DEL MENSAJE	"Educativo" y "Proyecto".	Define el propósito y tipo de publicación, lo cual es relevante.	Agregar detalles sobre la importancia del proyecto en la comunidad.
CATEGORÍA	"Artes, texto y hashtags".	Está bien definido, pero podría ampliarse o subdividirse según temas más específicos.	Incluir más subcategorías específicas relacionadas con el impacto educativo o social del contenido para lograr más alcance.
ANÁLISIS DE CONTENIDO	Se identifica el uso excesivo de mayúsculas, falta de puntuación, atractivo visual y claridad en el mensaje.	Es importante este tipo de análisis para mejorar los errores constantes en las redes.	Considerar aspectos como gramática, impacto emocional y lenguaje inclusivo.
INFERENCIAS	En varias tablas se menciona que promueven el desarrollo del país y la esperanza.	Ofrecen una interpretación útil, pero general.	En las tablas publicaciones podrían fomentar participación.
INTERACCIÓN	El máximo de reacciones (43), comentarios (33) y compartidos (18).	Se usa estrategias básicas de engagement.	El promedio de interacciones es bajo, con poco impacto.
ELEMENTOS DE ENCUADRE	En todas incluye la imagen junto con el mensaje analizado.	Complementa el análisis y permite asociar contenido visual con el textual.	Su contribución al mensaje es importante, pero en algunas se repite.

Fuente: Elaboración propia

4.3 Resultados de las encuestas aplicadas a la población de Guano

Figura 5. Seleccione su rango de edad

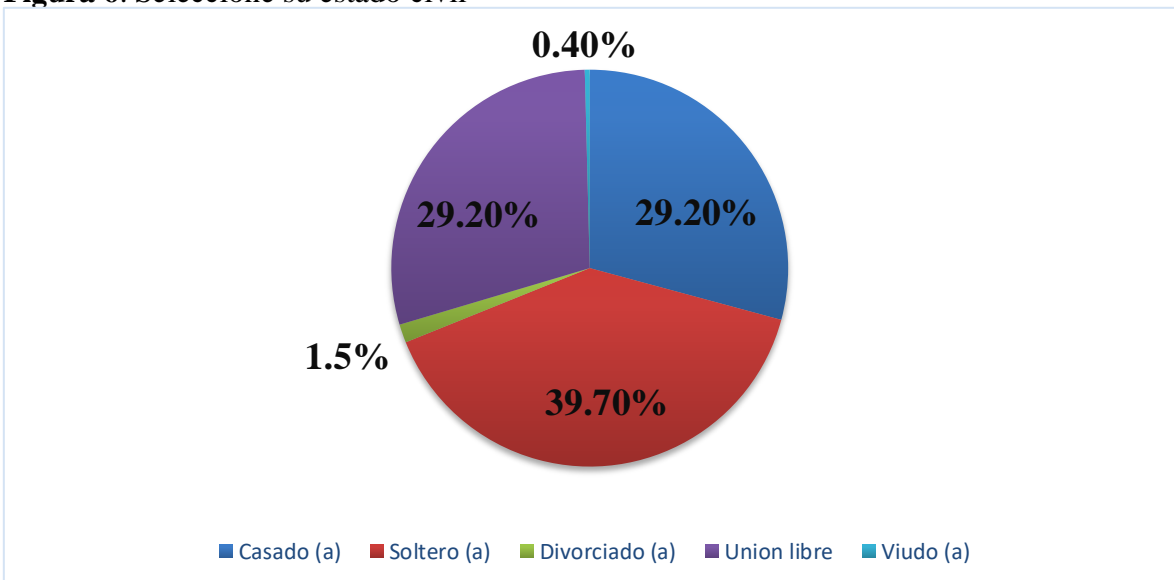


Fuente: Elaboración propia

Análisis: El 56.9% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de entre los 20 a 27 años, por otro lado, el 23.6% se encuentran entre 38 a 49 años, mientras que el 19.5% son de 28 a 37 años.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayoría de encuestados se encuentran en una edad en donde el criterio está desarrollado, además se muestra un interés de los jóvenes por los problemas sociales.

Figura 6. Seleccione su estado civil



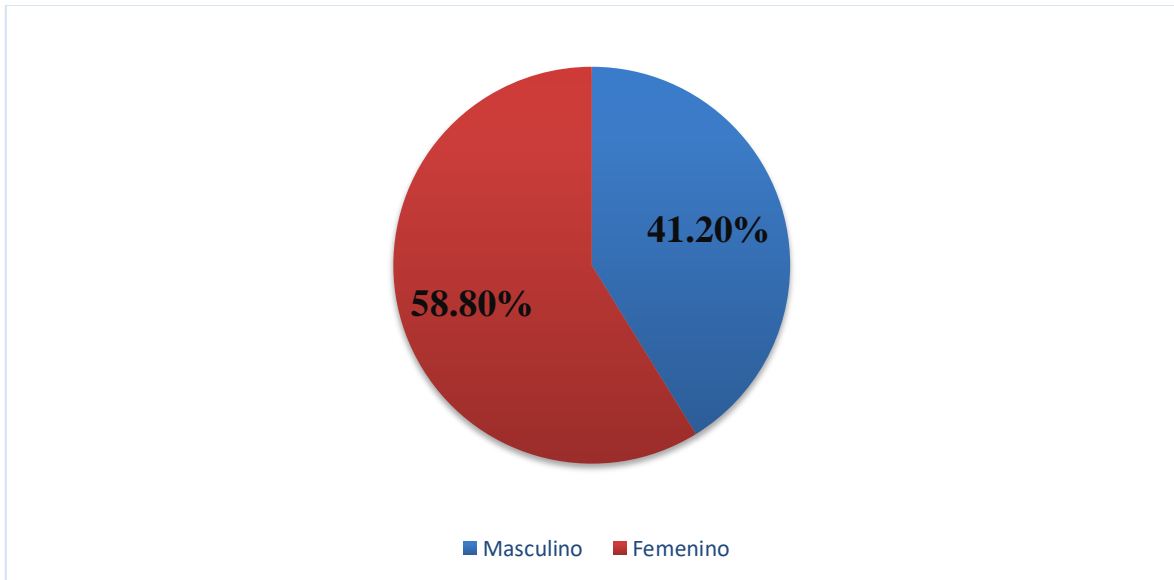
Fuente: Elaboración propia

Análisis: Después de aplicar la encuesta, se encuentra que una variación en donde el 39.7% de los encuestados son solteros (as), los casados (as) y de unión libre comparten el mismo

porcentaje con el 29.20% cada uno, solo el 1.5% son divorciados (as) y un mínimo de 0.4% es viudo (a).

Interpretación: Esta variación de estado civil contribuye a obtener un resultado variado en donde se obtuvieron diversas perspectivas sobre el proyecto de Erradicación del Trabajo Infantil.

Figura 7. Selecciones su género

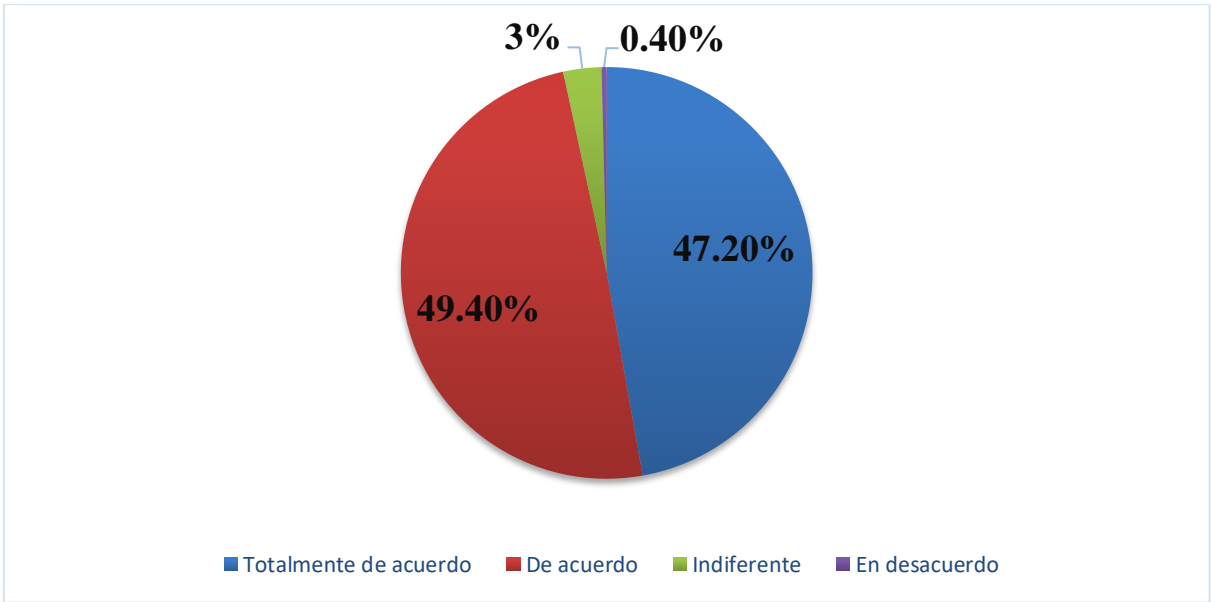


Fuente: Elaboración propia

Análisis: Después de haber aplicado la encuesta, el 58.8%, que es la mayoría, de los encuestados respondieron ser de género femenino, mientras que el 41.2% indican ser de género masculino

Interpretación: El hecho de que la mayoría de los encuestados sea de género femenino indica que son las mujeres quienes están más al tanto sobre proyectos que contribuyan a erradicar problemas sociales como el trabajo infantil y aunque la diferencia no es mucha, puede significar que hace falta un incentivo para que el otro grupo muestre más interés por estos temas.

Figura 8. ¿En qué medida está usted de acuerdo con la afirmación: "Estoy al tanto de la existencia de campañas sociales para erradicar el trabajo infantil en mi comunidad"?

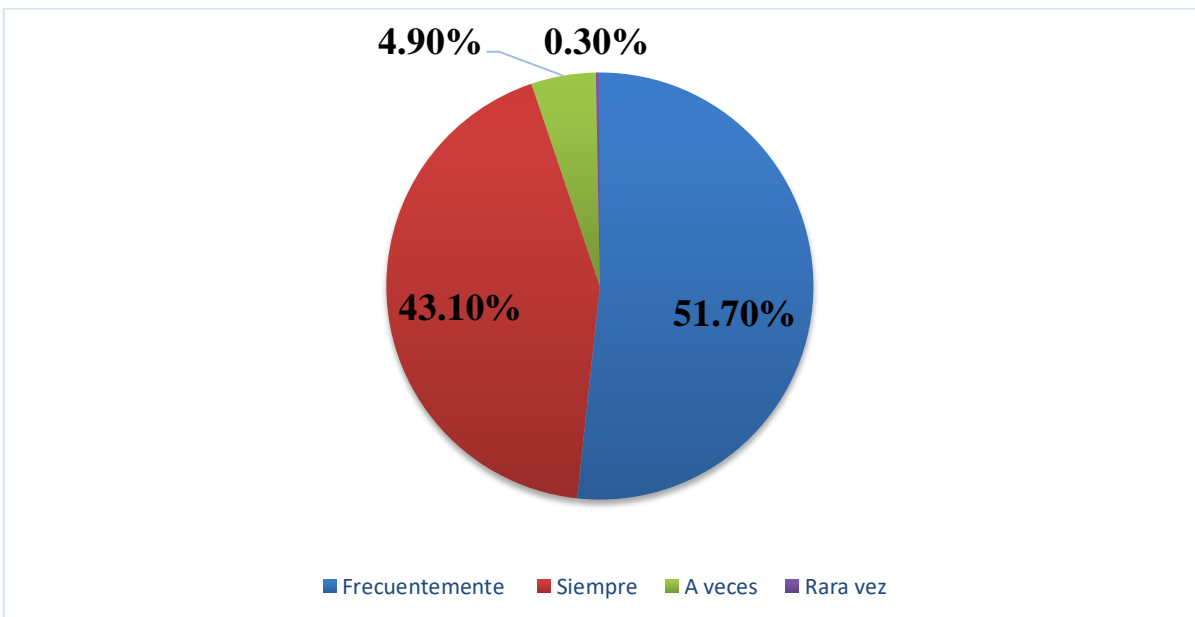


Fuente: elaboración propia

Análisis: A partir de la encuesta aplicada, se observa que el 49.40% de la población está de acuerdo con la afirmación, mientras que el 47.20% está totalmente de acuerdo, lo que suma un total del 96.6% de personas que reconocen estar informadas sobre las campañas sociales para erradicar el trabajo infantil en su comunidad. Por otro lado, un 3% se muestra indiferente, y solo el 0.40% indica estar en desacuerdo.

Interpretación: Los resultados muestran que la mayoría de la población estudiada tiene conocimiento sobre las campañas de erradicación del trabajo infantil aplicadas por el GAD de Guano, lo cual es un indicador positivo del alcance de estas iniciativas. Sin embargo, el 3.4% restante, que incluye a quienes se muestran indiferentes o en desacuerdo, sugiere la necesidad de mejorar las estrategias de difusión o de involucrar más a la comunidad, especialmente en sectores menos comprometidos con la problemática.

Figura 9. ¿Con qué frecuencia ha visto o escuchado alguna campaña reciente sobre la erradicación del trabajo infantil?

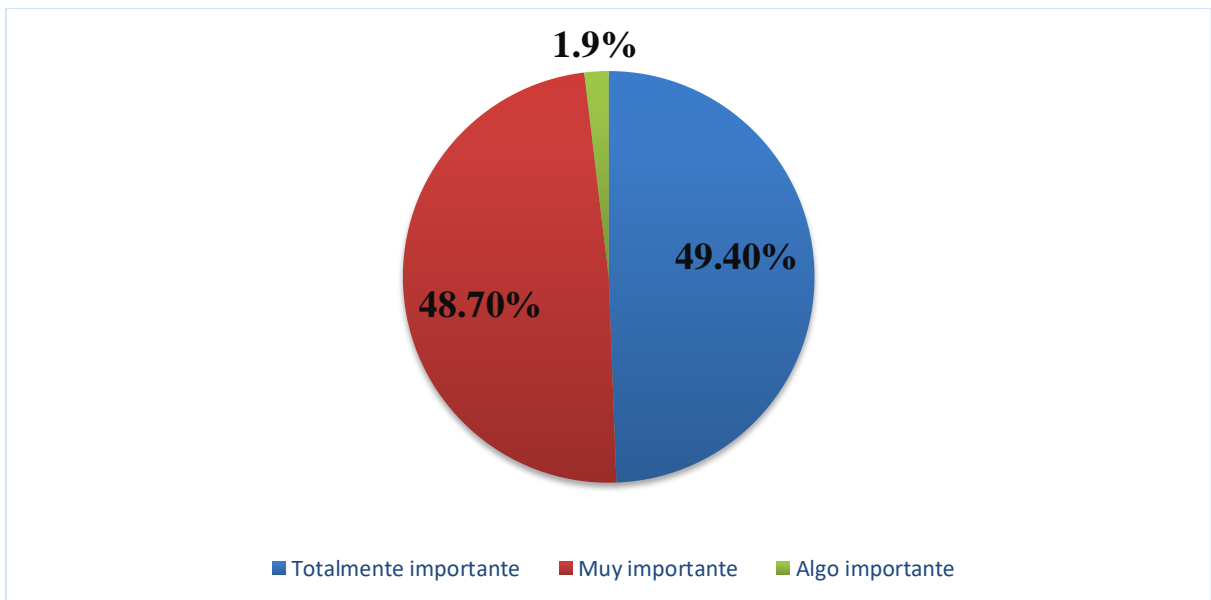


Fuente: elaboración propia

Análisis: De los encuestados, el 51.70% indicó haber visto o escuchado con frecuencia campañas recientes sobre la erradicación del trabajo infantil, mientras que el 43.10% señaló que las observa siempre. En menor medida, el 4.90% respondió que a veces encuentra este tipo de campañas, y solo el 0.30% mencionó que rara vez lo hace.

Interpretación: Los resultados indican que una amplia mayoría está expuesta de manera constante a las campañas recientes sobre la erradicación del trabajo infantil, lo que refleja una efectiva visibilidad de estas iniciativas. Sin embargo, el restante, compuesto por quienes las ven ocasionalmente o rara vez, representa un grupo que podría requerir estrategias adicionales para garantizar un alcance más uniforme y sostenido en toda la población.

Figura 10. En su opinión, ¿Qué tan importante es la erradicación del trabajo infantil en su comunidad?



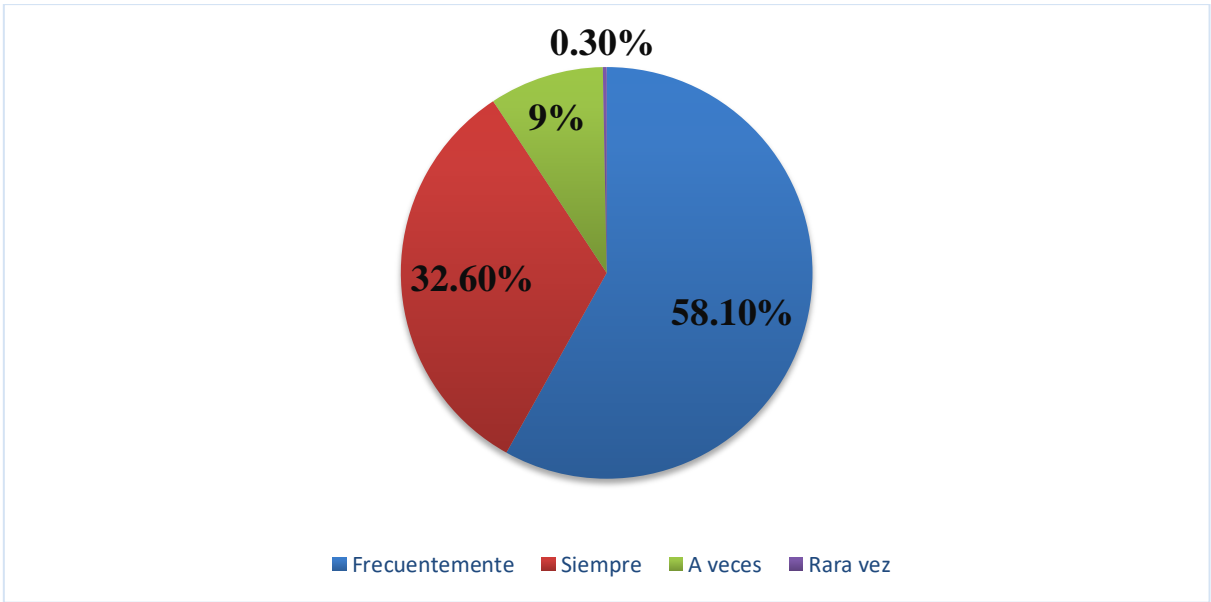
Fuente: elaboración propia

Análisis: Después de la encuesta, el 49.40% indican que la erradicación del trabajo infantil en su comunidad es totalmente importante, mientras que el 48.70% mencionan que es muy importante, en su minoría, el 1.9% dicen que es algo importante.

Interpretación: Los números indican que, el mayor porcentaje de los encuestados consideran que erradicar el trabajo infantil en su comunidad es algo de mucha importancia, mientras que solo un minúsculo grupo indican que, si tiene relevancia, pero no como otros temas.

Figura 11. ¿Qué tan frecuentemente ha visto o escuchado utilizar los siguientes medios en campañas de erradicación del trabajo infantil?:

- Carteles o afiches, anuncios en radio o televisión, redes sociales, eventos comunitarios, folletos y volantes.

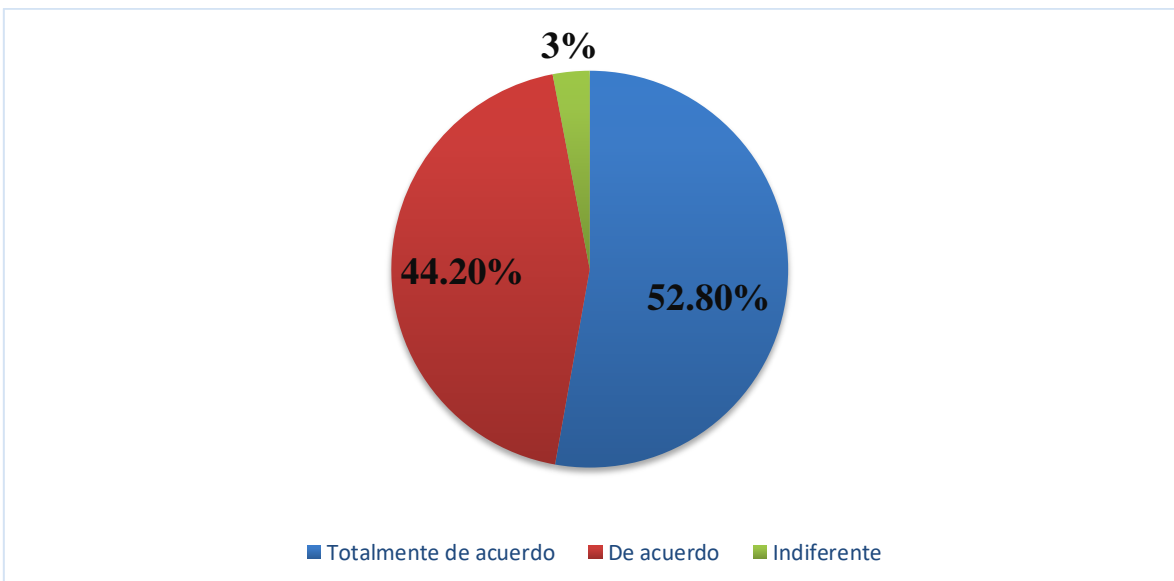


Fuente: elaboración propia

Análisis: Partiendo de la encuesta, el 58.10% dice haber visto o escuchado utilizar frecuentemente los Carteles o afiches, anuncios en radio o televisión, redes sociales, eventos comunitarios, folletos y volantes en campañas de erradicación del trabajo infantil, mientras que el 32.6% dice que siempre los ha visto o escuchado, el 9% indica que a veces y el 0.30% dice que rara vez.

Interpretación: Los resultados revelan que, en la comunidad guaneña, la mayoría de los encuestados frecuentemente consume los medios mencionados, lo que refleja una estrategia de comunicación y posicionamiento efectiva. Sin embargo, un pequeño porcentaje señala haberlos visto rara vez, lo que podría sugerir áreas de oportunidad para optimizar dichas estrategias.

Figura 12. ¿Está de acuerdo con que las campañas de erradicación del trabajo infantil son claras y comprensibles para la población en general?

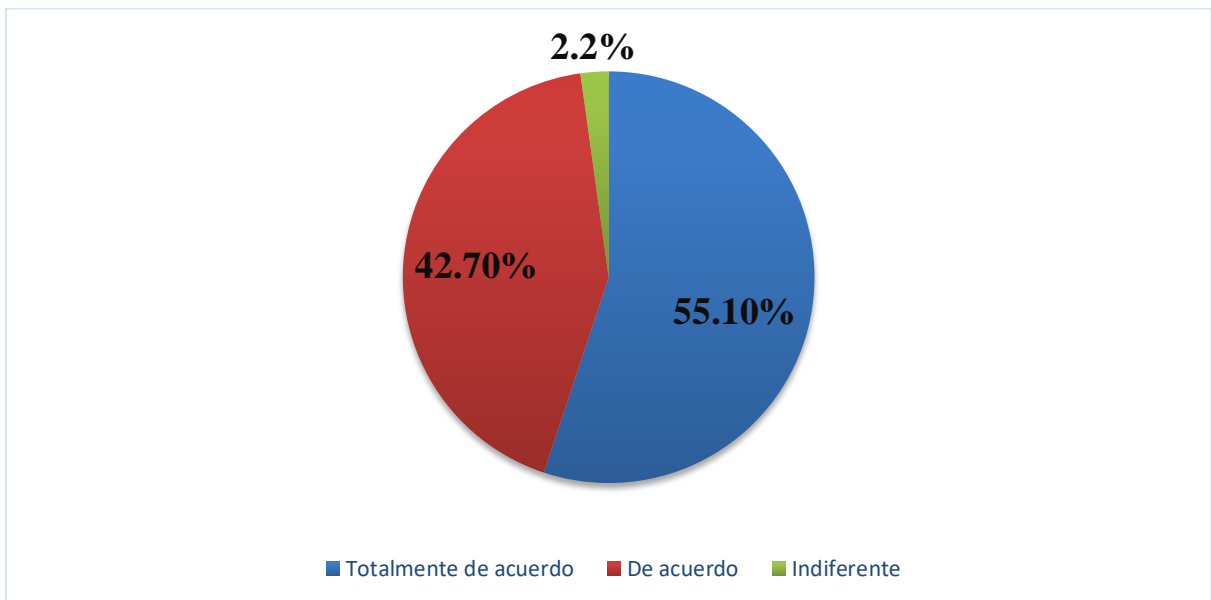


Fuente: elaboración propia

Análisis: El 52.80% indican estar totalmente de acuerdo con que las campañas de erradicación de trabajo infantil son claras y comprensibles para la población en general, mientras que el 44.20% mencionan estar de acuerdo, en su minoría, el 3% se muestran indiferentes ante esta pregunta.

Interpretación: Los resultados indican que la mayoría de la población estudiada está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que las estrategias de comunicación, como afiches, publicaciones en redes sociales y boletines, son las más efectivas para transmitir el mensaje de manera clara. Esto sugiere que las campañas orientadas a educar a niños y padres, así como las relacionadas con colonias vacacionales, han logrado una buena aceptación dentro de la comunidad.

Figura 13. ¿Está de acuerdo con que las estrategias de comunicación del proyecto ETI han tenido un impacto positivo en su comunidad?

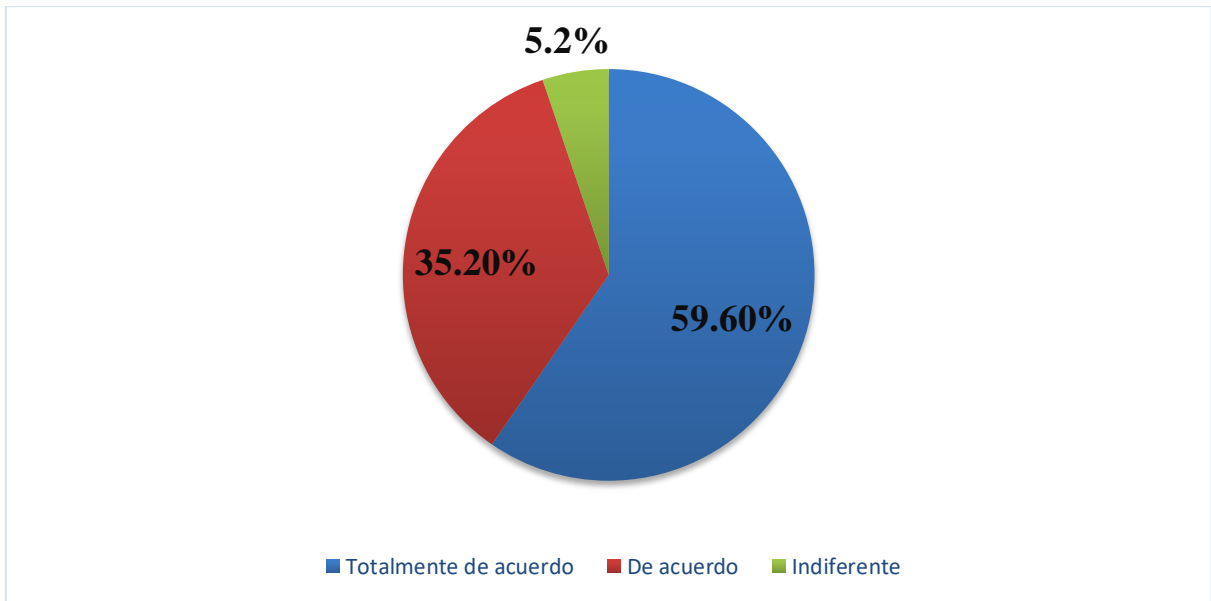


Fuente: elaboración propia

Análisis: El 55.10% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que las estrategias de comunicación del proyecto ETI han tenido un impacto positivo en su comunidad, en el mismo ámbito, el 42.70% indican que están de acuerdo; por el contrario, el 2.2% se muestran indiferentes ante la pregunta.

Interpretación: los resultados muestran que la mayoría de la población consideran que las estrategias que se utilizaron fueron las más adecuadas, lo cual demuestra una satisfacción con la forma de llevar el proyecto, por el contrario, solo unos pocos se encuentran indiferentes ante esta situación, lo cual puede indicar que se debe ampliar las estrategias de comunicación.

Figura 14. ¿Cómo se siente respecto a participar en actividades para apoyar la erradicación del trabajo infantil tras haber visto o escuchado estas campañas?



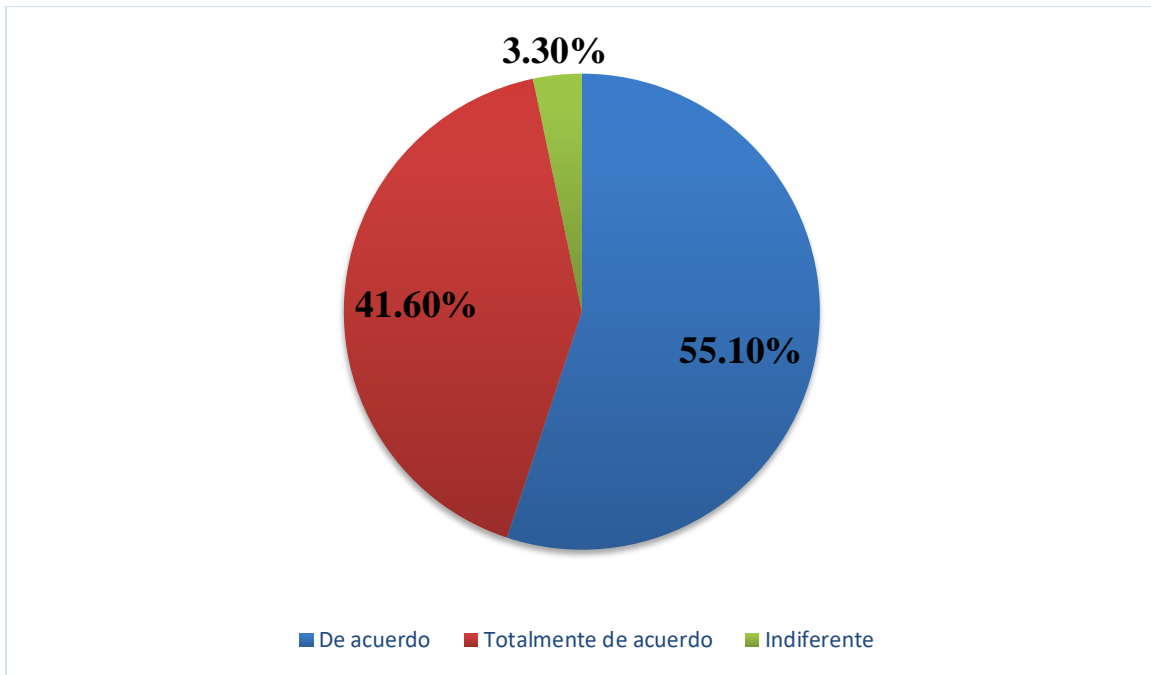
Fuente: elaboración propia

Análisis: La figura muestra que 59.60% de encuestados está totalmente de acuerdo con respecto a participar en actividades para apoyar la erradicación del trabajo infantil tras haber visto o escuchado las campañas, el 35.20% también dicen estar de acuerdo y solo un 5.2% indican estar indiferentes ante la situación.

Interpretación: A partir de los resultados, se entiende que la mayoría se muestran predispuestos a participar en las actividades de la campaña después de haber conocido sus propuestas lo que refleja un alto nivel de aceptación y efectividad en las estrategias empleadas. lo que deja a unos pocos como personas indiferentes ante el hecho, para involucrar a este segmento, se podría implementar dinámicas participativas o contenido con interacción en las redes sociales, es decir, que presenten un feedback.

Figura 15. ¿Está de acuerdo con que las siguientes estrategias de comunicación deberían ser más utilizadas en el Proyecto ETI?

- Mayor uso de redes sociales para difusión de campañas.
- Promoción de alternativas laborales para adultos a través de campañas informativas.

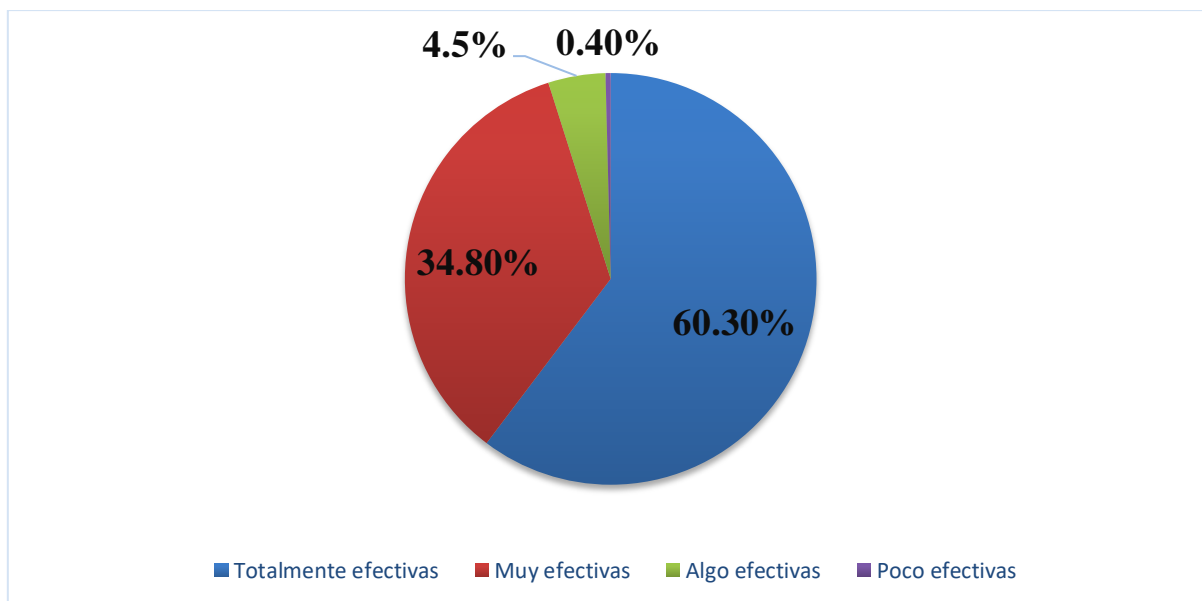


Fuente: elaboración propia

Análisis: Después de aplicar la encuesta, se obtuvo que el 55.10% de los encuestados están de acuerdo con que las estrategias presentadas deberían ser más utilizadas en el proyecto ETI, en la misma situación, el 41.60% dicen estar totalmente de acuerdo; en otro aspecto, el 3.30% indican estar indiferentes antes el uso de aquellas estrategias.

Interpretación: Los resultados muestran que el mayor porcentaje de encuestados se muestran a favor de que las estrategias presentadas son las más adecuadas en el proyecto, lo que indica una buena aceptación de aquellas, pocos encuestados se muestran indiferentes, en este sentido, es crucial considerar dos aspectos clave como el mayor uso de redes sociales para la difusión de campañas y la promoción de alternativas laborales para adultos mediante campañas informativas.

Figura 16. ¿Qué tan efectivas cree que son las estrategias de comunicación del GAD en la sensibilización sobre el trabajo infantil?



Fuente: elaboración propia

Análisis: Una vez aplicada la encuesta, el 60.30% de los encuestados creen que las estrategias de comunicación del GAD son totalmente efectivas en la sensibilización sobre el trabajo infantil, del mismo lado, el 34.80% dicen que son muy efectivas, el 4.5% indican que son algo efectivas y por el contrario un 0.40% dicen que son poco efectivas.

Interpretación: Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados consideran que las estrategias de comunicación aplicadas fueron adecuadas y oportunamente seleccionadas por el GAD de Guano. Sin embargo, un grupo reducido expresó desacuerdo, señalando que estas estrategias son algo o poco efectivas. Esto podría indicar que quienes se mostraron indiferentes en preguntas anteriores no están completamente sensibilizados respecto a los objetivos y beneficios de las estrategias utilizadas. Por lo tanto, sería necesario reforzar las acciones de sensibilización para lograr una mayor conexión y aceptación por parte de la comunidad, además de trabajar en la mejora de dichas estrategias.

4.4 Resultados de las entrevistas

Tabla 24. Entrevista dirigida a la Lic. Rosa Tacuri, directora de Gestión Social del Desarrollo Económico y social

Nombre:	Rosa Elena Tacuri	
Cargo:	Gestión Social del Desarrollo Económico y Local del GAD de Guano	
Profesión o Título:	Licenciada en Educación Parvularia e Inicial	
Pregunta	Respuesta	Análisis
1. ¿Cuál es el nombre del proyecto y cuándo se inició?	El nombre del proyecto es Erradicación de Trabajo Infantil Chocaví, se inició con un programa de ex Infa, por esto de la mendicidad, en este sector muchos niños juntamente con algunos con padres de familia se iban a la vía principal Riobamba-Quito para pedirles caridad,	Esta respuesta refleja que tiene total conocimiento sobre el proyecto en el que trabaja, indica los sectores en donde se

	entonces desde ahí nació esta problemática. Yo estoy en función 1 año y medio, ya estaba el proyecto aquí dentro del Gad, se llama Erradicación del Trabajo Infantil Chocaví, el nombre de Chocaví es por el sector donde se encuentra la unidad.	aplican los proyectos y menciona la razón de ser de la misma.
2. ¿Cuál es la misión principal del proyecto?	La misión principal del proyecto es erradicar el trabajo infantil y garantizar la vida de los niños con el apoyo de las familias.	Indica cual es la misión del proyecto y a quien va dirigido.
3. ¿Qué problemas o necesidades específicas busca abordar el proyecto?	Las necesidades que busca el proyecto es eliminar el trabajo de los niños que muchas veces, bueno hay dos aspectos en el campo, digamos en las comunidades los padres de familia quieren inculcar al trabajo, pero en muchos casos en cambio ya quieren mandar a un trabajo, entonces nosotros queremos garantizar que los niños tengan una educación, una vida digna y de esa manera articular con actores sociales también para que cumplan derechos como niños.	En esta respuesta se identifica en que situaciones trabajan y que es lo que buscan con las actividades que realizan.
4. ¿Cuáles han sido los principales logros del proyecto hasta la fecha?	Los principales logros es que poco a poco las familias van entendiendo, gracias a Dios, ya no se encuentra, claro muy pocos, en la carretera, ya no tenemos incluso hubo fallecidos en los últimos 5 años, hemos hecho una estadística hace un medio año atrás, no hemos tenido un fallecido porque lamentablemente hace años sí hubo fallecidos por mendigar, digamos en sí por trabajo infantil que se desarrollaba en la carretera entonces había algunos fallecidos pero gracias a Dios hasta acá no tenemos durante los últimos 5 años, quiere decir que las familias ya están consciente de que el trabajo infantil no es un derecho para los niños además, ahora ya los padres familia entienden y casi el 95% de los niños de están estudiando, por lo menos van a terminar la secundaria, ya no es como más antes que eran muy pocos que iban al colegio entonces esos son logros que se están desarrollando y sobre todo también la importancia de que los padres poco a poco se van concientizando y van llevando a los niños a controles médicos también por lo menos por lo que estamos presente en el proyecto porque	Aquí se puede encontrar cuales son los logros que han conseguido con los trabajos que realizan en las zonas afectadas, menciona que han logrado concientizar a las familias, además logrando dar educación al mayor porcentaje de los niños y con ello logrando que estén en constante controles tanto médicos como psicológicos.

	<p>muchas veces en las comunidades apropiarse entonces de este tema de la salud como que no dan importancia y un poco más también en las capacitaciones los mismos padres igual nos han pedido algunos temas también tenemos participación en los talleres es hace años atrás no lo teníamos, últimamente ya van participando incluso hasta los padres</p>	
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Entrevista a los funcionarios del GAD de Guano

TABLA DE ENTREVISTA			
Nombre: Franklin Coba		Nombre: Mónica Palmai	
Cargo: Comunicador Social del GAD de Guano.		Cargo: Promotora del GAD Guano	
Profesión o Título: Licenciado en Comunicación (Universidad Estatal de Guayaquil)		Promotora del GAD de Guano	
Pregunta	Respuesta	Pregunta	Respuesta
1. ¿Qué estrategias tienen para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto?	Bueno un gusto primero ustedes por el trabajo y un tema bastante sensible y bastante álgido en nuestra ciudad y provincia, principalmente en el cantón Guano con las parroquias San Isidro y San Andrés que son las más golpeadas por el tema del trabajo infantil en temporadas muy íconas como son fin de año por tema Navidad y fin de año precisamente y en temporadas de vacaciones, un poquito se ha logrado consolidar es un trabajo articulado entre el MIES y el GAD municipal Guano,	1. ¿Qué estrategias tienen para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto?	Para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto, desde el GAD hemos implementado una estrategia integral que incluye la gestión eficiente de recursos públicos y la búsqueda de alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales, fomentando además la participación de la comunidad para garantizar su

	<p>obviamente el MIES como ministerio de Estado una mayor inversión que supera los 361.000 dólares y el municipio alrededor de 150.000 para poder atender a alrededor de 7 centros por lo momento se pensaba aumentar por lastimosamente el tema económico del Estado mismo no lo va a permitir, además falta empoderamiento ciudadano, cada centro debe estar conformado por 32 personas y si no se cumple el cupo base el centro se cierra, ese es un inconveniente también que no ha permitido avanzar sin embargo hay ahí el compromiso tanto del MIES como del municipio de Guano en ratificar la permanencia o la continuidad del proyecto ETI en territorio, esperemos que repito también la ciudadanía se empodere del proyecto y haya esa concienciación o esa sensibilización de ellos.</p>		<p>apropiación y relevancia. Capacitamos al personal técnico y a los beneficiarios para fortalecer las capacidades locales, implementamos sistemas de monitoreo y evaluación que permitan ajustar el proyecto según las necesidades, y promovemos la transparencia mediante informes periódicos. Finalmente, alineamos las acciones con los objetivos de desarrollo local y llevamos a cabo campañas de comunicación inclusiva para mantener el compromiso ciudadano y asegurar la continuidad del proyecto en el tiempo.</p>
<p>2. ¿Qué perspectiva cree que tiene la comunidad de Guano con respecto al proyecto ETI?</p>	<p>Ahí tenemos un problema, generalmente las secretarías o los ministerios de Estado difícilmente pueden variar su contenido es muy repetitivo nosotros hemos tenido que desde</p>	<p>2. ¿Qué perspectiva cree que tiene la comunidad de Guano con respecto al proyecto ETI?</p>	<p>La comunidad de Guano percibe el proyecto ETI como una oportunidad clave para fomentar el desarrollo integral del cantón, ya que</p>

	<p>nuestro campo comunicativo no más como comunicación que como mismo gobierno municipal buscar nuevas facetas nuevos contenidos, leer más sobre el tema para poder fundamentar y que no resulte muy cansino también el revisar las noticias porque eso también tiende a no cumplir el propósito de información hacia la Comunidad de vicivilización del trabajo que se viene cumpliendo repito ahí tenemos un poco de inconveniente con un misterio, allá ellos manejan muy estrictamente Boletín Oficial desde el estado, el Ministerio ni siquiera la zonal provincial puede dar información ustedes saben que varios dirigentes o representantes de cada ministerio no tienen Facultad de dar información.</p>		<p>aborda necesidades prioritarias como la mejora en la educación, la inclusión tecnológica y la generación de oportunidades económicas. Este proyecto es visto con optimismo, especialmente porque se enfoca en fortalecer las capacidades locales y promueve la participación activa de los habitantes en su implementación y monitoreo, lo que refuerza el sentido de pertenencia. Asimismo, la transparencia en la gestión del proyecto y su alineación con los objetivos de desarrollo sostenible generan confianza y una visión positiva de sus beneficios a largo plazo.</p>
<p>1. ¿Cómo se asegura de que el contenido sea atractivo y relevante para la comunidad?</p>	<p>Nos vamos cuadrando a nuestro público a nuestro segmento de audiencia, estos proyectos están dedicados al sector rural generalmente están en</p>	<p>3. ¿Cómo se asegura de que el contenido sea atractivo y relevante para la comunidad?</p>	<p>Para garantizar que el contenido sea atractivo y relevante para la comunidad, involucramos activamente a los</p>

	<p>las comunidades de Tuntatacto en la comunidad Chocavì, que son los centros más grandes, en los dos casos casi el 50% manejan el kichwa y el español,</p> <p>lastimosamente kichwa casi como que no nos han autorizado a utilizar pero vamos con palabras que sea un lenguaje sencillo, accesible, entendible principalmente para quienes son parte del proyecto y también para quiénes se empapan o se enteran semanalmente sobre la información.</p>		<p>habitantes en el diseño y desarrollo del proyecto, recabando sus opiniones y necesidades a través de encuestas, talleres participativos y reuniones comunitarias.</p> <p>Basamos el contenido en la identidad cultural, intereses locales y prioridades específicas del cantón, asegurando que responda a su contexto. Además, utilizamos formatos dinámicos e inclusivos, como recursos visuales, digitales y actividades interactivas, adaptados a distintos grupos etarios.</p> <p>Finalmente, monitoreamos continuamente la aceptación del contenido, ajustándolo según la retroalimentación de los usuarios para mantener su pertinencia y efectividad.</p>
--	--	--	---

<p>2. ¿Se ha realizado algún tipo de medición sobre el nivel de posicionamiento de la campaña y sus resultados?</p>	<p>En base a lo dicho anteriormente nos toca hasta gastar de nuestro bolsillo mejorar hoy que facilita a veces mejor trabajo desde celulares mucho más avanzados de tecnología mayor avanzada que la misma Cámara que nos ayuda incluso a facilitar por hasta por comodidad y todo nos corresponde hacer inversión propia, el municipio no le va a dar, no le va a dar ya es un municipio bastante pequeño el territorio de cobertura es bastante grande en todo el cantón Guano, somos el segundo cantón más poblado de la provincia en extensión territorial igualmente después de Alausí es el más grande Guano, entonces a nivel institucional ellos están más preocupados en otro tipo de acciones, en otro tipo de competencias.</p>	<p>4. ¿Se ha realizado algún tipo de medición sobre el nivel de posicionamiento de la campaña y sus resultados?</p>	<p>Sí, se han realizado mediciones para evaluar el nivel de posicionamiento de la campaña y sus resultados, empleando herramientas como encuestas comunitarias y la revisión de métricas de participación en eventos y actividades promovidas. Estas evaluaciones nos han permitido identificar el alcance del proyecto, medir el grado de aceptación entre los diferentes segmentos de la población y ajustar las estrategias de comunicación para maximizar su impacto, para garantizar que la campaña cumpla con los objetivos planteados y refleje los intereses y prioridades de la comunidad.</p>
---	--	---	---

Fuente: elaboración propia

Tabla 26. Tabla de comparación de la entrevista

TABLA DE COMPARACION			
Nombre: Franklin Coba		Nombre: Mónica Palmai	
Cargo: Comunicador Social del GAD Guano		Cargo: Promotora del GAD Guano	
Profesión o Título: Licenciado en Comunicación (Universidad Estatad de Guayaquil)		Profesión o Título: promotora de Guano	
Pregunta	Análisis	Pregunta	Análisis
1. ¿Qué estrategias tienen para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto?	Se centra en describir el contexto actual del proyecto en Guano, destacando los esfuerzos del MIES y el GAD, pero también señalando obstáculos como la falta de empoderamiento ciudadano y problemas financieros. Su tono es realista, abordando tanto logros como dificultades.	1. ¿Qué estrategias tienen para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto?	Esta enfoca en las estrategias para garantizar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo, como la gestión eficiente de recursos, la participación comunitaria y la capacitación. Tiene un tono proactivo y estratégico, centrado en soluciones y acciones para asegurar la continuidad del proyecto.
2. ¿Qué perspectiva cree que tiene la comunidad de Guano con respecto al proyecto ETI?	Destaca cómo la comunidad de Guano ve el proyecto ETI como una oportunidad para el desarrollo del cantón, enfocándose en aspectos como la educación, inclusión tecnológica y	2. ¿Qué perspectiva cree que tiene la comunidad de Guano con respecto al proyecto ETI?	Enfoca los problemas internos, especialmente la falta de flexibilidad en los ministerios de Estado para adaptar la comunicación del proyecto a las necesidades locales. El tono es más crítico y se centra en las dificultades

	participación, lo que genera confianza y optimismo a largo plazo.		operativas que enfrentan los responsables del proyecto.
3. ¿Cómo se asegura de que el contenido sea atractivo y relevante para la comunidad?	Se centra en la adaptación del contenido al público rural, destacando la importancia de usar un lenguaje sencillo y accesible. A pesar de los desafíos con el uso del kichwa, la respuesta busca garantizar que el contenido sea comprensible para las comunidades locales, como las de Tuntatacto y Chocavì, sin entrar en detalles sobre cómo se involucra a la comunidad en el proceso.	3. ¿Cómo se asegura de que el contenido sea atractivo y relevante para la comunidad?	Por el contrario, pone un énfasis significativo en la participación de la comunidad. Destaca cómo se recopilan opiniones y necesidades a través de encuestas y talleres, y cómo el contenido se adapta a la identidad cultural y las prioridades locales. Además, se menciona el uso de formatos dinámicos e interactivos para mantener la relevancia, asegurando que el contenido no solo sea accesible, sino que también responda continuamente a los intereses de la comunidad.
4. ¿Se ha realizado algún tipo de medición sobre el nivel de posicionamiento de la campaña y sus resultados?	Aquí se destaca los desafíos financieros que enfrenta el proyecto debido a la falta de apoyo institucional. Se menciona que el municipio no proporciona los recursos necesarios, por lo que los responsables del proyecto deben invertir de manera personal, utilizando tecnología avanzada y dispositivos	4. ¿Se ha realizado algún tipo de medición sobre el nivel de posicionamiento de la campaña y sus resultados?	Por otro lado, la promotora se enfoca en cómo se ha medido el impacto del proyecto a través de herramientas como métricas de participación en eventos. Esto permite identificar el alcance y la aceptación del proyecto dentro de la comunidad, ajustando las estrategias de comunicación y garantizando que el proyecto siga siendo relevante y cumpla con

	móviles para facilitar su trabajo. Esto refleja una situación donde la falta de recursos es un obstáculo significativo para el progreso del proyecto.		los objetivos establecidos.
--	---	--	-----------------------------

Fuente: Elaboración propia

4.4.1 Análisis e interpretación

Las entrevistas realizadas a Franklin Coba y Mónica Palmai ofrecen perspectivas complementarias sobre la gestión y sostenibilidad del proyecto ETI en el cantón Guano. En cuanto a las estrategias para garantizar la sostenibilidad a largo plazo, Franklin Coba destaca los retos económicos y logísticos que enfrenta el proyecto, como la falta de empoderamiento ciudadano y las limitaciones presupuestarias tanto del MIES como del municipio. Por otro lado, Mónica Palmai aborda el tema desde un enfoque estratégico, proponiendo acciones concretas como la capacitación técnica, sistemas de monitoreo, y campañas de comunicación inclusiva para fortalecer el compromiso ciudadano y asegurar la continuidad del proyecto.

Respecto a la percepción de la comunidad sobre el proyecto ETI, Franklin subraya las barreras comunicativas ocasionadas por restricciones institucionales, como la rigidez de los boletines oficiales, que dificultan transmitir los avances del proyecto de manera efectiva. Mónica, sin embargo, presenta una perspectiva optimista, destacando cómo el proyecto es visto como una oportunidad clave para el desarrollo integral del cantón al abordar necesidades prioritarias como la educación y la inclusión tecnológica. Estas diferencias reflejan una brecha entre los esfuerzos comunicativos y la percepción positiva generada por el enfoque participativo del proyecto.

En cuanto a cómo asegurar que el contenido sea atractivo y relevante, Franklin menciona la importancia de usar un lenguaje accesible y culturalmente sensible, especialmente en un contexto bilingüe donde coexisten el kichwa y el español. Sin embargo, también señala limitaciones institucionales para implementar cambios más dinámicos en el contenido. Mónica, en cambio, destaca un enfoque proactivo que involucra a la comunidad en el diseño y desarrollo del contenido mediante talleres, encuestas y actividades que aseguran su pertinencia cultural y contextual.

Sobre la medición del posicionamiento y los resultados de la campaña, Franklin enfatiza las limitaciones económicas y la falta de apoyo institucional que dificultan evaluaciones sistemáticas. En contraste, Mónica asegura que se han realizado mediciones utilizando encuestas y métricas de participación, lo que demuestra un enfoque más estructurado y orientado a ajustar las estrategias según las necesidades identificadas.

Las entrevistas reflejan los desafíos y oportunidades del proyecto ETI en Guano. Franklin aporta una visión realista centrada en las dificultades prácticas y las restricciones

institucionales, mientras que Mónica presenta una perspectiva estratégica basada en la inclusión, la participación comunitaria y la alineación con objetivos de desarrollo sostenible.

La clave para el éxito del proyecto radica en superar las barreras logísticas y económicas, mientras se fortalece el compromiso ciudadano y se garantiza que las acciones del proyecto respondan a las necesidades de la comunidad.

4.4.2 Discusión de resultados

Al analizar las estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil, utilizadas por el GADM-C de Guano en el periodo mayo 2023- febrero 2024 se evidencio que un total del 97.8% de los encuestados están, de acuerdo y totalmente de acuerdo, con que las estrategias de comunicación del proyecto ETI han tenido un impacto positivo en su comunidad, y unos pocos se muestran indiferentes ante la pregunta. Estos datos validan la teoría funcionalista que llevaba a agrupar ciertos aspectos que no tenían una clara relación entre sí, además, se resaltaba una estructura teórica a la cual se le insertaban otras consideraciones. (Paulino, Kaplún, Mariño y Custódio, 2020). Responde a los indicadores de evaluación funcionalista, debido a que el proyecto si lucha contra el problema que afecta al equilibrio social, reduce las desigualdades, fomenta la inclusión social y mejora el bienestar general.

Al analizar los enfoques teóricos que permiten comprender la problemática del trabajo infantil se obtuvo que es un problema social que ha existido por mucho tiempo en la sociedad, lo cual valida la teoría de Romero (2019) quien indica que el problema se da en todo el mundo, sin embargo, nacer en ciertos lugares puede determinar si el niño tiene que trabajar o no de forma más o menos frecuente e intensa. Esto responde al indicador de disfunciones, debido a que, en ocasiones se presenta resistencia social de grupos que consideran que deben enseñar a los niños a trabajar desde pequeños.

Al identificar las estrategias comunicacionales utilizadas en las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil del GADM-C de Guano y su nivel de posicionamiento se observa que un total del 96.6% de los encuestados está de acuerdo y totalmente de acuerdo con estar informadas sobre las campañas sociales para erradicar el trabajo infantil en su comunidad. Lo que indica que el proyecto ETI tiene un buen nivel de posicionamiento. Estos datos se validan considerando la teoría de (Pérez, 2001 como se citó en Egas y Yance, 2018) que muestra que las estrategias de comunicación abordan 3 objetivos que son lograr una reflexión de sus públicos y tener una buena relación con ellos, señalar los sistemas más ventajosos que permiten usar y mostrar variedad para practicar una comunicación eficiente. Se valida esta teoría porque las estrategias de comunicación que se aplicaron, y después de analizar la perspectiva social, dichas estrategias si han logrado una buena aceptación del proyecto ETI dentro de la comunidad.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- En las estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil, utilizadas por el GADM-C de Guano se evidenció un enfoque de sensibilización y uso de medios tradicionales y digitales que han logrado crear conciencia en la comunidad, sin embargo, se identificó limitaciones económicas y barreras de lenguaje con grupos específicos, es decir, tienen un gran potencial para generar cambio social, pero deben estar alineadas con un enfoque integral que considere las dimensiones económicas, políticas y culturales del problema.
- Al analizar los enfoques teóricos que abordan la problemática del trabajo infantil se identificó que esta realidad está relacionada directamente con factores socioeconómicos, culturales y legales; teorías como la funcionalista permite comprender como un sistema compuesto por partes independientes cumplen un rol para mantener un equilibrio social.
- Se identificó que las estrategias de comunicación que se aplicaron en las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil en el GADM-C de Guano se basaron principalmente en la sensibilización de la comunidad, se usó material educativo visual, audiovisual y diferentes actividades de participación. Las estrategias lograron un impacto positivo que se evidenció en el nivel de posicionamiento alcanzado medido a través de la percepción comunitaria.
- La elaboración de un artículo científico permitió resumir y presentar de forma estructurada los principales resultados obtenidos en la investigación, en las cuales se destaca las estrategias de comunicación utilizadas en las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano y sus enfoques teóricos que ayudan a explicarla. El artículo aporta una visión completa de las estrategias implementadas, su efectividad y posicionamiento, que busca servir como una referencia académica y de práctica.

5.2 RECOMENDACIONES

- El GADM-C de Guano debe implementar un enfoque integral en sus campañas de comunicación, negociando recursos adicionales con alianzas estratégicas para superar las limitaciones económicas, creando materiales inclusivos que eliminen la barrera lingüística.
- Se recomienda que las campañas dirigidas a la erradicación del trabajo infantil sean diseñadas desde un enfoque integral que tenga en cuenta el factor socioeconómico, cultural y legal que se han identificado; esto implica implementar políticas públicas y campañas que promuevan el cambio cultural en comunidades donde el trabajo infantil esta normalizado, esto en cohesión con los principios funcionalistas permitirán contribuir al equilibrio social.
- Se debe fortalecer y diversificar las estrategias de comunicación utilizadas en las campañas para la erradicación del trabajo infantil; se recomienda utilizar material

educativo adaptado a diferentes contextos lingüísticos y culturales, así como crear mecanismos de evaluación para entender el impacto de las estrategias, lo cual asegurara consolidar el nivel de posicionamiento.

- Se recomienda que el artículo científico creado sea estudiado para que sirva como referencia tanto en el ámbito académico como en la práctica profesional, con el fin de generar espacios de discusión y retroalimentación que podría ayudar a futuras investigaciones relacionadas con la erradicación del trabajo infantil.

REFERENCIAS

- Almeida, E y Robalino, J. (2012). Video promocional para sensibilizar a personas e instituciones sobre el trabajo infantil, apoyado por el centro del muchacho trabajador en la ciudad de Quito, como propuesta de desarrollo familiar y social. Tesis previa a la obtención del título de: Licenciado en comunicación social. Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/3925>
- Araque, J (2019). Guía para hacer una entrevista. *Germina*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.52948/germina.v1i1.65>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (2022). Cantón Guano. Recuperado de <https://ame.gob.ec/2010/05/20/canton-guano/>
- Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿ métodos o técnicas de indagación empírica. *Didasc@ lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/337317106.pdf>
- Basantes, M (2018). Análisis crítico y jurídico de la norma nacional e Internacional en la erradicación del trabajo infantil. Proyecto de investigación previa la obtención del título de Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5123/1/UNACH-EC-FCP-DER-2018-0035.pdf>
- Bastar, G (2012). Metodología de la investigación. Red Tercer Milenio. ISBN 978-607-733-149-0. https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/735/1/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Bautista, Lugo, Calderón y Vargas (2019). Trabajo infantil: perspectiva histórica. *Revista Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas*. ISSN: 1657-9658. Recuperado de <https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/261>
- Buraschi, D y Aguilar, M. (2019). Empoderamiento comunicacional: una estrategia de intervención comunitaria para superar los límites de sensibilización social. *RES, Revista de Educación Social*. Numero 29. ISSN:1698-9007. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Maria-Jose-Aguilar-Idanez/publication/336613657_Empoderamiento_comunicacional_una_estrategia_de_intervencion_comunitaria_para_superar_los_limites_de_la_sensibilizacion_social/links/5da878ce299bf1c1e4c99820/Empoderamiento-comunicacional-una-estrategia-de-intervencion-comunitaria-para-superar-los-limites-de-la-sensibilizacion-social.pdf
- Buraschi, D. & Aguilar-Idañez, M.-J. (2019). Más allá de las campañas de sensibilización: el empoderamiento comunicacional como estrategia de intervención social. *Revue internationale Animation, territoires et pratiques socioculturelles / International Journal of Sociocultural community development and practices / Revista*

- internacional Animación, territorios y prácticas socioculturales, (16), 77–94.
<https://doi.org/10.55765/atps.i16.453>
- Calua, M., Delgado Y y López, Ó (2021). Comunicación asertiva en el contexto educativo: revisión sistemática. *REVISTA BOLETÍN REDIPE* 10 (4): 315-334 - ABRIL 2021 - ISSN 2256-1536. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1274>
- Casas, J., Repullo, J y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538. Recuperado de <http://www.unidadocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>
- Correa, C (2014). Incidencia del trabajo infantil en los basurales de la provincia de Chimborazo, en los últimos 5 años. Tesis previa a la obtención del título de: Abogado. <https://core.ac.uk/download/pdf/71903302.pdf>
- Cruz, E. (2021). Medios digitales y funcionalismo: reflexiones del estreno de Joker. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 19 (38), enero-junio de 2021, pp. 179-194, ISSN (en línea): 2248-4086. Recuperado de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/2971>
- De la Cruz y Rodríguez. (2023). El trabajo infantil y la vulneración al principio del interés superior del niño en la jurisdicción de Lurín, 2020. Tesis de pregrado. Universidad Autónoma del Perú. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. Recuperado de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/2563/De%20la%20Cruz%20Valentin,%20E.%20Y.,%20&%20Rodriguez%20Caballero,%20R.%20V..pdf?sequence=1>
- De La Cruz, J. (2019). Campaña social sobre trabajo infantil y su concientización en jóvenes asistentes al municipio de San Martín de Porres, Lima 2019. Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51894/De%20La%20Cruz_CJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dirección regional del trabajo y servicio público de cuenca (2021). Informe de fin de gestión. Periodo: marzo 2019 – diciembre de 2021
- Egas, E y Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil-Ecuador. *Espacios*, 20. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>
- Espinoza, E. (2020). La búsqueda de información científica en las bases de datos académicas. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 31-35. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/219>
- Fajardo, E y Cervantes, L (2020). Las teorías sobre la sociología de la educación y su impacto en los sistemas y políticas educativas en América Latina. *Revista Boletín*

REDIPE 9 (5): 55-76 - MAYO 2020 - ISSN 2256-1536.
<https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/975/888>

- Flore, G (2018). Metodología para la Investigación Cualitativa Fenomenológica y/o Hermenéutica. Revista Latinoamericana de Psicoterapia Existencial UN ENFOQUE COMPRENSIVO DEL SER. N°17.
http://fundacioncapac.org.ar/revista_alpe/index.php/RLPE/article/view/3
- Gómez, C., Sánchez, V y Fajardo, M (2018). Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. Contexto 7, 57-64.
<https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/885>
- Hernández, E Y González, S. (2020). Análisis de datos cualitativos a través del sistema de tablas y matrices en investigación educativa. Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 23(3), 115-132.
<https://revistas.um.es/reifop/article/view/435021>
- Herrera, J y Zambrano R. (2019). Estrategia de comunicación publicitaria emocional para el desarrollo de campañas ATL y BTL en el sector de Leonidas Plaza, Comercial Dulcemanía y Arreglos “Sarita”. 3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico, 8(4), 73-93. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7172933>
- Izurieta, M., Atiencia, E., Fernández, D y Avalos, V (2018): Análisis de la incidencia económica del trabajo infantil en el Cantón Riobamba. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Junio 2018 - ISSN: 1696-8352. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/06/trabajo-infantil-ecuador.html>
- Jiménez Gaona, A. E., Cuesta García, D. G., & Vilela Pincay, W. (2020). El trabajo infantil en el ordenamiento jurídico normativo ecuatoriano. Revista Conrado, 16(73), 410-418. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v16n73/1990-8644-rc-16-73-410.pdf>
- Jiménez, M., Zavala, M y Téllez, M (2021). Estrategias de mercadotecnia social. Caso Psicología y desarrollo, S.A de C.V. Revista de Investigaciones Universidad del Quindío, 33(S1), 152-162. <https://doi.org/10.33975/riuw.vol33nS1.489>
- López, Y (2018). El trabajo infantil: de la discusión teórica a la realidad etnográfica. Motivaciones de la infancia guatemalteca para trabajar en Tapachula, Chiapas. Entre diversidades. núm. 11. ISSN: 2007-7610.
<https://www.redalyc.org/journal/4559/455959694005/455959694005.pdf>
- López-Reyes, Y. A. (2018). El trabajo infantil: de la discusión teórica a la realidad etnográfica. Motivaciones de la infancia guatemalteca para trabajar en Tapachula, Chiapas. EntreDiversidades. Revista de ciencias sociales y humanidades, (11), 137-165. <https://www.redalyc.org/journal/4559/455959694005/455959694005.pdf>
- Márquez, J., Burau, E., Cevallos, I., y Vásquez, J. (2018). Importancia de la comunicación estratégica en la socialización del buen vivir. Rehuso, 3(1) ,81-90.
<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rehuso/v3n1/2550-6587-rehuso-3-01-00081.pdf>
- Mihaela Marinescu, I., Mejías Martínez, G. y Nogales-Bocio, A. I. (2022). Estrategias persuasivas y emocionales en las campañas audiovisuales de la DGT en el periodo

2011-2019. Revista de Comunicación y Salud, 12, 1-20.
<https://doi.org/10.35669/rcys.2022.12.e286>

- Morocho, A (2016). Evaluación del proyecto “Erradicación del Trabajo Infantil” desde la perspectiva de la inserción a la educación, del cantón guano de la provincia de Chimborazo, en el año 2014. Proyecto de Investigación, presentado ante el Instituto de Postgrado y Educación Continua de la ESPOCH, como requisito parcial para la obtención del grado de: Magíster en formulación, evaluación y gerencia de proyectos para el desarrollo. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4590/1/20T00671.pdf>
- Naekat, K (2023). Planificación microcurricular y Práctica docente en contextos educativos interculturales. Trabajo de titulación para optar al título de Licenciado en Pedagogía de las Ciencias Experimentales Matemáticas y la Física. Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba
- OIT. ¿Qué se entiende por trabajo infantil? <https://www.ilo.org/ipecc/facts/lang-es/index.htm#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20E2%80%9Ctrabajo%20infantil%20E2%80%9D%20suele,su%20desarrollo%20f%C3%ADsico%20y%20psicol%C3%B3gico.>
- Otero, A. (2018). Enfoques de investigación. Métodos para el diseño urbano–Arquitectónico, 1, 9-10. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf
- Palma, G. (2018). Campaña comunicacional y su incidencia en la erradicación del trabajo infantil, en la cooperativa Atilio Vélez Aray en cantón el empalme. Informe final del proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social. Universidad Técnica de Babahoyo. Recuperado de <http://190.15.129.146/bitstream/handle/49000/5532/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000120.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paulino, F., Kaplún G., Mariño M y Custódio, L (2020). Tradiciones de investigación en diálogo estudios sobre comunicación en América Latina y Europa. Revista: Media XXI - Publicación, investigación y consultoría. 1a edición 2020. ISBN impreso: 978-989-729-216-3e-ISBN: 978-989-729-2170
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/47060/Tradiciones-de-Investigacion-en-Dialogo.pdf?sequence=1#page=17>
- Pineda, A (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. Revista GEON ISSN: 2346-3910. <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/182>
- Piza, N., Amaiquema, F y Beltrán, G (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. Revista Conrado, 15(70), 455-459. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S199086442019000500455&script=sci_arttext&tlng=pt


- Ponce, H., Cervantes, D y Robles A. (2019). ¿Qué tan apropiadamente reportaron los autores el Coeficiente del Alfa de Cronbach? *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, Ciudad de México, México. ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio, 2021, Volumen 5, Número 3. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.463 p. 2438
- Puente, R (2020). El método de encuesta. Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación. ISBN: 978-612-48288-0-5. Recuperado de <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/195750/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2-2.pdf?sequence=1#page=51>
- Quintana, K (2023). Informe trimestral del servicio de erradicación trabajo infantil. Anexo Nro6. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guano.
- Ramos, V (2018). Conducta Ética y Actos de corrupción del funcionario público en el Gobierno Regional Moquegua- 2018. Tesis para obtener el grado académico de: Maestra en Gestión Pública. Universidad César Vallejo. Perú https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27079/ramos_chv.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ríos, E., Páez, H y Barbos J. (2020). Estrategias de comunicación diseño, ejecución y seguimiento.: REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía Capítulo Estados Unidos 978-1-951198-46-6. Recuperado de <https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.14167/2832/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf?sequence=1>
- Romero, M (2019). La organización internacional del trabajo: el trabajo infantil. Trabajo fin de grado. Universidad de Jaén. https://crea.ujaen.es/jspui/bitstream/10953.1/10879/1/TRABAJO_FIN_DE_GRADO.pdf
- Ruiz, C. (2020). Conductismo, funcionalismo y eliminativismo. Recuperado de <http://fisicafundamental.net/doc/mente.pdf>
- Sánchez Molina, A. A., & Murillo Garza, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la Historia*, 9(2), 147-181. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-29562021000200147&script=sci_arttext
- Sánchez, M., Fernández, M y Díaz, J (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista científica UISRAEL*. e-ISSN: 2631 – 2786. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sepúlveda, N (2021). Contribuciones desde los movimientos de niños, niñas y adolescentes trabajadores a la discusión en torno al trabajo infantil. *DESIDADES: Revista Científica da Infância, Adolescência e Juventude*, (31), 153-167. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8999061>

- Solís Ana-Luisa, F. N., Santillan Andrade, J. R., Centeno Maldonado, P. A., & Chuga Quemac, R. E., (2022). El trabajo infantil frente al interés superior del niño. Caso de estudio Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S4), 342-349. Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3144>
- Torres, Y. (2022). Problemática del Trabajo Infantil y Propuesta de Estrategia Social para Superarla: Caso de niños de Educación Primaria en la Institución Educativa “Fanny Abanto Calle”. Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo 2019. Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Sociología. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Recuperado de <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/10261>
- Tramullas, J (2020). “Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica”. *Profesional de la información*, v. 29, n. 4, e290417. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.17>
- Valdez, E., & Vaca, F. (2019). Trabajo infantil y políticas públicas en el centro del Ecuador: evidencias de las provincias de Cotopaxi y Chimborazo. *Revista Iuris*, 2(17), 41–58. Recuperado a partir de <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/iuris/article/view/2953>
- Valladares Cevallos, E. P. (2023). El trabajo infantil y su repercusión en el ámbito legal en la ciudad de Riobamba durante el período 2020-2021. Trabajo de Titulación para optar al título de Abogada de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Recuperado de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10807/1/Valladares%20Cevallos%20E.%20%282023%29%20El%20trabajo%20infantil%20y%20su%20repercusión%20en%20el%20ámbito%20legal%20en%20la%20ciudad%20de%20Riobamba%20durante%20el%20período%202020-2021..pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de análisis de contenido

Tabla N: análisis de contenido

Fecha de publicación	Descripción	Formato del mensaje	Categoría	Formato de contenido	Análisis de contenido	Inferencias	Interacción	Elementos de encuadre
26 de junio de 2023	"Convocamos a olvidarnos de banderas políticas, a unimos al trabajo, a renovar nuestro compromiso y corresponsabilidad. Todos somos Guano, todos", dijo Oswaldo Estrada/alcalde...	Informativo	Proyecto	Fotografías, texto y hashtags	El texto es claro y preciso Tiende a no ser tan llamativo No colocan el lugar de la visita de la autoridad.	El alcalde del cantón Guano realiza una visita a un lugar no mencionado y muestra su apoyo al proyecto, hace una invitación a todos para que apoyen al proyecto sin hacer diferencias políticas.	Reacciones: 13 Comentarios: 0 Compartidos: 2	

Anexo 2. Cuestionario de la entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Entrevistado (a): Licenciada Rosa Elena Tacuri

Ocupación: directora de Gestión Social del Desarrollo Económico y Local

1. ¿Cuál es el nombre del proyecto y cuándo se inició?
2. ¿Cuál es la misión principal del proyecto?
3. ¿Qué problemas o necesidades específicas busca abordar el proyecto?
4. ¿Cuáles han sido los principales logros del proyecto hasta la fecha?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Entrevistado (a): Licenciado Franklin Coba

Ocupación: Comunicador social del GAD de Guano

1. ¿Qué estrategias se aplicaron para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto?
2. ¿Qué perspectiva cree que tiene la población de Guano con respecto al proyecto ETI?
3. ¿Se ha realizado algún tipo de medición sobre el nivel de posicionamiento de la campaña y sus resultados?
4. ¿Cómo se asegura de que el contenido sea atractivo y relevante para la comunidad?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Entrevistado (a): Licenciada Mónica Palmai

Ocupación: Promotora del GAD de Guano

1. ¿Qué estrategias se aplicaron para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto?
2. ¿Qué perspectiva cree que tiene la población de Guano con respecto al proyecto ETI?
3. ¿Se ha realizado algún tipo de medición sobre el nivel de posicionamiento de la campaña y sus resultados?
4. ¿Cómo se asegura de que el contenido sea atractivo y relevante para la comunidad?

Anexo 3. Cuestionario de la encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Encuesta dirigida a hombres y mujeres de 20 a 49 años del cantón Guano

NOMBRE:	Mariuxi Naekat	FECHA:	Día/mes/año
LUGAR:	Guano		
La finalidad de este estudio es contar con información sobre las Estrategias de comunicación de las campañas sociales para la erradicación del trabajo infantil por parte del GADM-C de Guano, en el periodo mayo 2023- febrero 2024. La información que se consigne en este cuestionario será tratada con la más absoluta confidencialidad, por lo que el equipo de trabajo le invita a llenar cada una de las preguntas de manera abierta y sincera.			
Instrucciones: Marque la respuesta con una <input type="checkbox"/> o con un visto <input type="checkbox"/> Si en la respuesta es necesario escribir, por favor utilice mayúsculas.			

DATOS GENERALES:

EDAD:	- 20 A 27 AÑOS () - 28 A 37 AÑOS () - 38 A 49 AÑOS ()
ESTADO CIVIL:	-SOLTERO () -CASADO () -UNIÓN LIBRE () -DIVORCIADO () -VIUDO ()
GÉNERO:	-MASCULINO () -FEMENINO ()

CUESTIONARIO

1. Conocimiento y sensibilización sobre el trabajo infantil	
1. ¿En qué medida está usted de acuerdo con la afirmación: "Estoy al tanto de la existencia de campañas sociales para erradicar	Opciones (escala de Likert) <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo

<p>el trabajo infantil en mi comunidad"?</p> <p>2. ¿Con qué frecuencia ha visto o escuchado alguna campaña reciente sobre la erradicación del trabajo infantil?</p> <p>3. En su opinión, ¿qué tan importante es la erradicación del trabajo infantil en su comunidad?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Indiferente ○ De acuerdo ○ Totalmente de acuerdo ○ Nunca ○ Rara vez ○ A veces ○ Frecuentemente ○ Siempre ○ No importante ○ Poco importante ○ Algo importante ○ Muy importante ○ Totalmente importante
<p>2.Eficacia y alcance de las campañas</p>	
<p>4. ¿Qué tan frecuentemente ha visto o escuchado utilizar los siguientes medios en campañas de erradicación del trabajo infantil?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Carteles o afiches ● Anuncios en radio o televisión ● Redes sociales ● Eventos comunitarios ● Folletos y volantes <p>5. ¿Está de acuerdo con que las campañas de erradicación del trabajo infantil son claras y comprensibles para la población en general?</p> <p>6. ¿Está de acuerdo con que las estrategias de comunicación del</p>	<p>Opciones (escala de Likert)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Nunca ○ Rara vez ○ A veces ○ Frecuentemente ○ Siempre ○ Totalmente en desacuerdo ○ En desacuerdo ○ Indiferente ○ De acuerdo ○ Totalmente de acuerdo ○ Totalmente en desacuerdo ○ En desacuerdo ○ Indiferente

<p>proyecto ETI han tenido un impacto positivo en su comunidad?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ De acuerdo ○ Totalmente de acuerdo
<p>3: Participación y motivación</p>	
<p>7. ¿Cómo se siente respecto a participar en actividades para apoyar la erradicación del trabajo infantil tras haber visto o escuchado estas campañas?</p> <p>8. ¿Esta de acuerdo esta con que las siguientes estrategias de comunicación deberían ser más utilizadas en el Proyecto ETI?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor uso de redes sociales para difusión de campañas • Promoción de alternativas laborales para adultos a través de campañas informativas 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Totalmente en desacuerdo ○ En desacuerdo ○ Indiferente ○ De acuerdo ○ Totalmente de acuerdo ○ Totalmente en desacuerdo ○ En desacuerdo ○ Indiferente ○ De acuerdo ○ Totalmente de acuerdo
<p>4: Percepción de los GAD y de las campañas</p>	
<p>9. ¿Qué tan efectivas cree que son las estrategias de comunicación del GAD en la sensibilización sobre el trabajo infantil?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nada efectivas ○ Poco efectivas ○ Algo efectivas ○ Muy efectivas ○ Totalmente efectivas

Gracias por su colaboración

Anexo 4. Envío del artículo



Proyecto Chakiñan UNACH

Para: Mariuxi Gabriela Naekat Tsenkush



Jue 30/01/2025 19:24

Mariuxi Naekat:

Gracias por enviar el manuscrito "Comunicacion" a Chakiñan, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito: <https://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/authorDashboard/submission/1301>

Nombre de usuario/a: mariuxi123

Además es nuestro deber informarle que:

1. No puede enviar su manuscrito simultáneamente a otra revista, pues incurriría en un problema ético, previsto y sancionado en la DECLARACIÓN DE ÉTICA Y NEGLIGENCIA DE CHAKIÑAN.
2. Si decide retirar el manuscrito luego de que se realice el Pre-arbitraje, si incumple con las fechas de envío de las correcciones solicitadas o no las realiza en su totalidad, **el manuscrito se considerará RECHAZADO y el autor no podrá postular uno nuevo, hasta que no cumpla un año a partir de la fecha del envío anterior.**

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Equipo Editorial
Revista Chakiñan