



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

Plataformas digitales y empoderamiento ciudadano: análisis de la interacción  
en redes sociales del GADM Riobamba, enero-junio 2025

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en  
Comunicación**

**Autor:**

Torres Santacruz, Carla Jeovanna

**Tutor:**

Dr. Carlos Alberto Larrea Naranjo

**Riobamba, Ecuador. 2026**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Carla Jeovanna Torres Santacruz, con cédula de ciudadanía 0605783414, autora del trabajo de investigación titulado: Plataformas digitales y empoderamiento ciudadano: análisis de la interacción en redes sociales del GADM Riobamba, enero-junio 2025, 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 autora de la obra referida será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 17 de junio de 2026



---

Carla Jeovanna Torres Santacruz

C.I: 0605783414

## DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Carlos Alberto Larrea Naranjo catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Plataformas digitales y empoderamiento ciudadano: análisis de la interacción en redes sociales del GADM Riobamba, enero-junio 2025, bajo la autoría de Carla Jeovanna Torres Santacruz; 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 29 del mes de mayo de 2026.



Validez únicamente en FirmaDC.  
Firmado electrónicamente por:  
**CARLOS ALBERTO  
LARREA NARANJO**

---

Carlos Alberto Larrea Naranjo

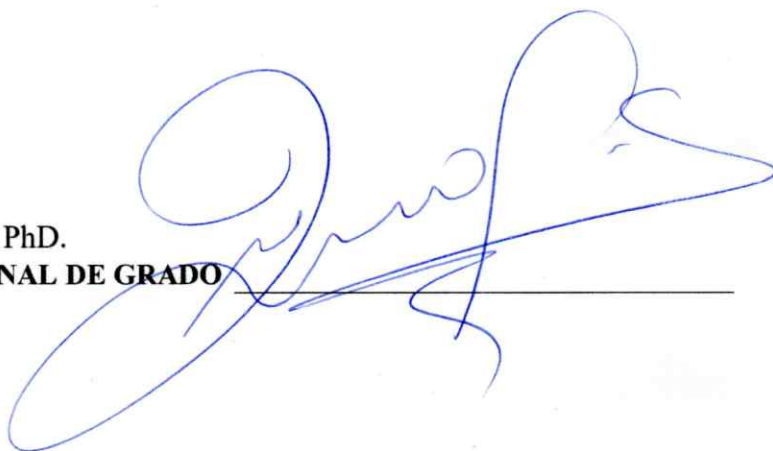
C.C. 0602156721

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Plataformas digitales y empoderamiento ciudadano: análisis de la interacción en redes sociales del GADM Riobamba, enero-junio 2025, presentado por Carla Jeovanna Torres Santacruz, con cédula de identidad número 0605783414, bajo la tutoría de Dr. Carlos Alberto Larrea Naranjo; 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, 17 de junio de 2026.

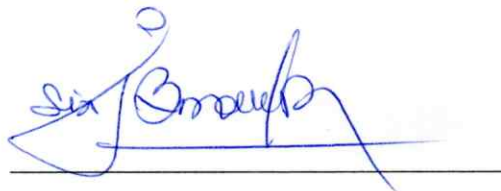
Ramiro Ruales, PhD.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Alejandra Carpio, Msc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Julio Bravo, PhD.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**





# CERTIFICACIÓN

Que, **Carla Jeovanna Torres Santacruz** con CC: **0605783414**, estudiante de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha desarrollado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado ” **Plataformas digitales y empoderamiento ciudadano: análisis de la interacción en redes sociales del GADM Riobamba, enero-junio 2025**”, cumple con el **3%**, de similitud, y **1%** de IA, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **Compilatio**, porcentajes aceptados de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, **5 de junio** de **2026**



Validar únicamente en FirmaEC.  
Firmado electrónicamente por:  
**CARLOS ALBERTO  
LARREA NARANJO**

Dr..C Carlos Larrea Naranjo Ph.D.  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres Marlene y Hugo, quienes son lo más preciado para mí, porque siempre están ahí para mí, en los momentos buenos, malos, en mis desvelos nunca faltaba un café caliente o una colcha, en mis llantos cuando algo no salía bien y en mis locuras, siempre me dieron fuerzas para poder continuar con su calor incondicional, en cada paso que daba siempre estaban ahí apoyándome para dar el siguiente paso, por eso este trabajo es para ellos porque sin su ayuda no lo hubiese conseguido.

A mis hermanos Jenny, Susana, Juan, Miguel y Fernanda, quienes siempre estaban ahí apoyándome, motivándome para que continúe con esta meta, cuando sentía que ya no podía más ellos me alegraban el día con sus locuras haciéndome olvidar los malos momentos para transformarlos en buenos momentos, siempre me decían que yo podía cumplir esta meta para luego cumplir mis otras metas, por eso este trabajo también es para ellos porque sin ellos no lo hubiese logrado.

Por último, me dedico a mí misma porque en un principio no era la carrera que esperaba, pero me dije si me dieron un cupo en esta carrera es porque Dios así lo quiso o tal vez porque necesitaba poder comunicarme más con las personas, aunque aún no lo consigo totalmente sé que un día lo lograré, por mi resiliencia para no rendirme porque siempre me decía que tengo que continuar lo que comencé y toda la constancia que tuve para alcanzar esta meta profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

La culminación de este trabajo de investigación no habría sido posible sin el apoyo de mi tutor el PhD. Carlitos Larrea quien me guio en cada etapa de este proyecto y me brindó las correcciones necesarias para poder terminarlo, gracias por su enseñanza y paciencia al momento de explicarme lo que debía hacer me permitieron poder terminar lo que empecé para poder cumplir una meta de tantas.

A mi familia que siempre me apoyaron para poder continuar con mis estudios, gracias por siempre estar para mí y apoyarme tanto emocionalmente como económicamente, siempre me ayudaron, aunque a veces no nos encontrábamos en los mejores momentos buscaban la manera de que yo pueda seguir adelante con esta meta, por eso les agradezco de todo corazón por todo lo que han hecho por mí.

A mis amigas que hice en esta etapa Giss, Ali y Karen quienes siempre me apoyaron en esta etapa de mi vida, a mi padrino David que a pesar de la distancia siempre me brindo su apoyo incondicional, gracias por estar siempre para mí y demostrarme que la amistad verdadera si existe, si es con las personas correctas.

# ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

1.	CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1	Antecedentes.....	15
1.2	Problema:.....	16
1.3	Justificación:.....	16
1.4	Objetivos:.....	17
1.4.1	Objetivo General: .....	17
1.4.2	Objetivos Específicos: .....	17
2.	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1	Estado del Arte: .....	18
2.2	Marco Teórico: .....	19
2.2.1	Teoría de la Comunicación Participativa: .....	19
2.2.2	Teoría de Usos y Gratificaciones: .....	20
2.2.3	Teoría de la Esfera Pública Digital:.....	21
2.2.4	Plataformas Digitales:.....	22
2.2.5	Redes Sociales:.....	23
2.2.6	Comunicación Pública:.....	24
2.2.7	Algoritmos de Interacción: .....	25
2.2.8	Interacción en Redes Sociales: .....	26
2.2.9	Comunicación Gubernamental: .....	27

2.2.10	Gobierno Electrónico:.....	28
2.2.11	Gobierno Abierto:.....	29
2.2.12	Participación Ciudadana:.....	30
2.2.13	Empoderamiento Ciudadano: .....	31
2.2.14	Empoderamiento Digital: .....	32
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	34
3.1	Enfoque de Investigación: .....	34
3.2	Tipo de Investigación: .....	34
3.2.1	Según la profundidad Descriptiva: .....	34
3.2.2	Según la Profundidad Explicativa .....	34
3.3	Diseño de Investigación.....	35
3.3.1	Investigación No Experimental: .....	35
3.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos .....	35
3.4.1	Técnicas .....	35
3.4.2	Instrumentos .....	37
3.5	Población de estudio y tamaño de muestra.....	40
3.5.1	Población .....	40
3.6	Hipótesis de ser el caso.....	40
3.7	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	40
3.7.1	Entrevistas: .....	40
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	42
4.1	Análisis de la Matriz de Publicaciones.....	42
4.1.1	Análisis por Redes Sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba.....	42
4.1.2	Interacción en las Redes Sociales Analizadas .....	43
4.1.3	Promedios por Publicación en las Diferentes Redes Sociales del GADM de Riobamba	44
4.1.4	Análisis por Tipo de Contenido.....	45
4.1.5	Análisis de Comentarios.....	49
4.1.6	Análisis de Respuesta Institucional .....	52
4.2	Análisis de las Entrevistas Desarrolladas .....	54
4.2.1	Análisis del Cuadro Comparativo de las Entrevistas.....	57
4.3	Análisis de las Encuestas.....	58
4.4	Discusión .....	64

4.4.1	Discusión sobre la caracterización de métricas de interacción por plataforma, tema y formato .....	64
4.4.2	Discusión sobre el empoderamiento ciudadano en las redes oficiales del Municipio de Riobamba .....	65
4.4.3	Discusión sobre la gestión de las redes sociales del municipio de Riobamba .....	67
5.	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	70
5.1	Conclusiones.....	70
5.2	Recomendaciones .....	70
6.	CAPÍTULO VI. PROPUESTA .....	72
6.1	Introducción.....	72
6.2	Justificación.....	72
6.3	Objetivos.....	75
6.3.1	Objetivo General.....	75
6.3.2	Objetivos Específicos .....	75
6.4	Diagnóstico.....	75
6.4.1	Uso de redes sociales.....	75
6.4.2	Nivel de interacción.....	75
6.4.3	Problemáticas identificadas .....	76
6.5	Propuesta .....	80
6.6	Lineamientos comunicacionales.....	82
6.6.1	Lineamientos de interacción digital.....	82
6.6.2	Lineamiento de contenido digital .....	84
6.7	Estrategias complementarias .....	93
6.8	Conclusiones.....	95
6.9	Recomendaciones .....	95
7.	BIBLIOGRAFÍA .....	96
8.	ANEXOS .....	102
8.1	Entrevista al sociólogo Carlos Moreno Arteaga.....	102
8.2	Entrevista a Community Manager Fernando Flores.....	104
8.3	Entrevista a ciudadano Juan Ramon Gonzáles .....	106
8.4	Análisis de las publicaciones.....	107
8.5	Entrevistas fotografías .....	108

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla1</b> Matriz de análisis de publicaciones .....	38
<b>Tabla2</b> Población de análisis .....	40
<b>Tabla3</b> Entrevista a Carlos Moreno Arteaga .....	40
<b>Tabla4</b> Entrevista a Fernando Flores .....	41
<b>Tabla5</b> Entrevista a Juan Ramon González .....	41
<b>Tabla6</b> Análisis de Facebook.....	42
<b>Tabla7</b> Análisis de Instagram .....	42
<b>Tabla8</b> Análisis de TikTok .....	43
<b>Tabla9</b> Análisis de X .....	43
<b>Tabla10</b> Interacción total de las redes sociales del GADM de Riobamba .....	44
<b>Tabla11</b> Promedios .....	44
<b>Tabla12</b> Tipo de contenidos totales de Facebook.....	45
<b>Tabla13</b> Promedio de los tipos de contenido de Facebook.....	45
<b>Tabla14</b> Tipo de contenidos totales de X .....	46
<b>Tabla15</b> Promedio de los tipos de contenido de X .....	46
<b>Tabla16</b> Tipos de contenidos totales de TikTok.....	46
<b>Tabla17</b> Promedio de los contenidos de TikTok .....	47
<b>Tabla18</b> Tipos de contenidos totales de Instagram.....	47
<b>Tabla19</b> Promedios de los contenidos de Instagram.....	48
<b>Tabla20</b> Análisis general de todas las redes sociales.....	48
<b>Tabla21</b> Comparación de todas las redes sociales .....	49
<b>Tabla22</b> Análisis de comentarios en Facebook .....	50
<b>Tabla23</b> Análisis de comentarios en X .....	50
<b>Tabla24</b> Análisis de comentarios en TikTok .....	50
<b>Tabla25</b> Análisis de comentarios en Instagram .....	51
<b>Tabla26</b> Análisis general de los comentarios .....	51
<b>Tabla27</b> Análisis de respuesta institucional en Facebook .....	52
<b>Tabla28</b> Análisis de respuesta institucional en X.....	52
<b>Tabla29</b> Análisis de respuesta institucional en TikTok.....	53
<b>Tabla30</b> Análisis de respuesta institucional en Instagram.....	53
<b>Tabla31</b> Análisis general de respuesta institucional.....	54
<b>Tabla32</b> Cuadro comparativo de las entrevistas .....	54
<b>Tabla33</b> Problemáticas identificadas en las redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba en el periodo enero a junio 2025 .....	74
<b>Tabla34</b> Lineamientos de Interacción.....	82
<b>Tabla35</b> Lineamientos de Contenido Digital.....	84
<b>Tabla36</b> Estrategias.....	93

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura1</b> Seleccione ¿Cuál es su rango de edad?.....	58
<b>Figura2</b> ¿Utiliza redes sociales? .....	59
<b>Figura3</b> ¿Conoce o sigue alguna red social oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba? Instrucción: En ambos casos, continúe con el cuestionario.....	59
<b>Figura4</b> ¿En qué red social interactúa con mayor frecuencia con las publicaciones del GADM Riobamba?.....	60
<b>Figura5</b> ¿Ha interactuado alguna vez con una publicación del GADM de Riobamba, es decir, por medio de un comentario, una reacción o compartiendo el contenido? .....	61
<b>Figura6</b> Cuando ha interactuado con una publicación ¿ha recibido respuesta por parte del municipio? .....	61
<b>Figura7</b> ¿Considera que las redes sociales del GADM de Riobamba contribuyen a que los ciudadanos puedan expresar sus opiniones o inquietudes sobre temas relacionados con la ciudad? .....	62
<b>Figura8</b> Desde su experiencia, ¿cree que los comentarios de los ciudadanos en las redes sociales son tomados en cuenta por el municipio de Riobamba? .....	63
<b>Figura9</b> En su opinión, ¿las redes sociales del municipio de Riobamba permiten que los ciudadanos participen más en temas relacionados con la ciudad?.....	63
<b>Figura10</b> Interacción por medio de los comentarios en las publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba .....	73
<b>Figura11</b> Respuesta Institucional a los comentarios de los ciudadanos .....	73
<b>Figura12</b> Publicación de Facebook .....	76
<b>Figura13</b> Respuesta a la publicación de Facebook.....	76
<b>Figura14</b> Publicación de Facebook .....	77
<b>Figura15</b> Publicación en X.....	77
<b>Figura16</b> Respuesta a la publicación de X .....	78
<b>Figura17</b> Publicación de TikTok.....	78
<b>Figura18</b> Publicación de Instagram .....	79
<b>Figura19</b> Problemáticas .....	80
<b>Figura20</b> Publicación del GADM de Riobamba .....	85
<b>Figura21</b> Ejemplo de publicación carrusel - 1.....	86
<b>Figura22</b> Ejemplo de publicación carrusel - 2.....	86
<b>Figura23</b> Ejemplo de publicación carrusel - 3.....	87
<b>Figura24</b> Ejemplo de publicación carrusel - 4.....	87
<b>Figura25</b> Ejemplo de publicación carrusel - 5.....	88
<b>Figura26</b> Publicación Interactiva - Historia .....	89
<b>Figura27</b> Portada del contenido audiovisual - Reel.....	90
<b>Figura28</b> Publicación para X sobre contenido de participación ciudadana.....	91
<b>Figura29</b> Publicación saturada .....	92
<b>Figura30</b> Publicación mejorada.....	93
<b>Figura31</b> Carlos Moreno Arteaga.....	108
<b>Figura32</b> Fernando Flores.....	108
<b>Figura33</b> Juan Ramon González.....	108

## RESUMEN

La presente investigación consistió en analizar el empoderamiento ciudadano presente en las plataformas digitales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Riobamba durante el periodo de enero a junio de 2025, por medio de la interacción generada entre la institución y la ciudadanía en los entornos digitales. La investigación se desarrolló mediante una metodología mixta, integrando tanto un enfoque cualitativo como cuantitativo, entre las técnicas empleadas constan la revisión documental, la entrevista y la encuesta, mientras que los instrumentos utilizados fueron una matriz de análisis aplicado a las publicaciones difundidas durante el periodo de estudio en las redes sociales de Facebook, Instagram, X y TikTok, también se empleó un cuestionario dirigido a la ciudadanía, para el análisis de contenido se trabajó con una muestra universal y en el caso de las encuestas se aplicó una muestra finita. Los resultados obtenidos demostraron que el nivel de empoderamiento ciudadano en las redes sociales oficiales del GADM de Riobamba es limitado debido a que muchas de las inquietudes de los ciudadanos no recibieron una respuesta por parte de la entidad gubernamental, especialmente en la red social de Facebook donde los comentarios de las personas no tenían una respuesta por parte de la institución, en cambio, en las redes sociales de Instagram y X se registró un bajo nivel de interacción ciudadana debido a que no se encontraron muchos comentarios por parte de los ciudadanos, lo que demuestra que existe una interacción diferenciada en cada plataforma digital. A partir de estos hallazgos se plantearon lineamientos comunicacionales orientados a fortalecer la interacción digital y promover una participación ciudadana más activa en las plataformas digitales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba.

**Palabras claves:** empoderamiento ciudadano, participación, interacción, plataformas digitales.

## ABSTRACT

This study analyzed citizen empowerment through the digital platforms of the Decentralized Autonomous Municipal Government of Riobamba (GADM Riobamba) during the period from January to June 2025, focusing on the interaction generated between the institution and citizens in digital environments. A mixed-methods approach was employed, integrating qualitative and quantitative perspectives. Data collection techniques included document review, interviews, and surveys. The research instruments comprised a content analysis matrix applied to publications shared on Facebook, Instagram, X, and TikTok during the study period, as well as a questionnaire administered to citizens. A census of all published content was used for the content analysis, while a finite sample was selected for the survey. The findings revealed a limited level of citizen empowerment on the official social media platforms of GADM Riobamba. Many citizens' concerns and comments did not receive responses from the institution, particularly on Facebook, where a considerable number of interactions remained unanswered. In contrast, Instagram and X showed low levels of citizen engagement due to the limited number of user comments. These results suggest that the degree of interaction varies across digital platforms. Based on these findings, communication guidelines were proposed to strengthen digital interaction and foster more active citizen participation through the digital platforms of the Decentralized Autonomous Municipal Government of Riobamba.

**Keywords:** citizen empowerment, citizen participation, digital interaction, digital platforms.



Reviewed by:  
MsC. Edison Damian Escudero  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C.0601890593

# 1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Antecedentes

Las plataformas digitales se han convertidos en los nuevos espacios donde las instituciones gubernamentales pueden dar a conocer a la ciudadanía sobre sus gestiones, en el caso del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba de ahora en adelante (GADM de Riobamba) cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y X, de igual manera utiliza un sitio web donde se encuentra presente información con relación a la institución para que la sociedad pueda conocerla y a la vez realizar trámites en línea. A través de estos ecosistemas digitales las personas pueden participar con relación a la gestión del GADM de Riobamba, por medio de estos entornos los individuos pueden participar y dar a conocer su opinión, no obstante, las redes sociales registran poca participación de la ciudadanía que consume la información.

La Carta de Derechos Humanos y Principios en Internet indica que todas las personas tienen el derecho a la igualdad, a raíz de esto se debe incrementar la accesibilidad a Internet para que puedan participar en la vida política y social (Casillas & Avilés, 2024, párr. 11) , esto quiere decir, que todas las personas tienen el derecho a la igualdad para participar tanto en los entornos presenciales como virtuales, en este caso las redes sociales, que permiten que los usuarios puedan dar a conocer su punto de vista con relación a un tema, no obstante, en muchas ocasiones el derecho se ve vulnerado porque no todas las personas tienen acceso a internet o a las redes sociales lo que dificulta su derecho a la igualdad de participar en estos escenarios.

El autor (Macías-Ibarra & Chaparro, 2025, p. 146) menciona que en la actualidad al encontrarnos en un mundo globalizado la ciudadanía y el gobierno abierto se encuentra marcado tanto por aspectos positivos y negativos que influyen en la participación:

La inminente relación entre ciudadanía y gobierno abierto está permeada por las herramientas digitales (redes sociales, acceso a internet y uso de IA), las cuales, moldean y transforman (positiva y negativamente) la manera en que estos interactúan. Con ello, se puede decir, la participación ciudadana se potencializa a partir de las comunidades digitales y de la interacción (virtual) de las personas promoviendo el intercambio de información y opiniones (esto a favor de la democracia), no obstante, también pueden presentar desafíos relacionados con la desinformación, la polarización y la brecha digital, que exigen una atención y cuidado constante.

El GADM de Riobamba en el primer semestre del periodo 2025 ha utilizado las redes sociales como una herramienta para dar a conocer las gestiones realizadas por la institución por medio de imágenes y videos que permiten a la ciudadanía informarse al respecto, no obstante, las inquietudes planteadas por la ciudadanía no presentan una respuesta son escasas las respuestas que ha dado la institución con respecto a las preguntas o inquietudes de la ciudadanía.

La estructura de la presente investigación se encuentra dividida por seis capítulos; el primer capítulo corresponde a la introducción donde se plantea el problema de la investigación, al igual que el propósito de ejecutarlo y encontrar una solución para lo cual se exponen objetivos que permiten delimitar el objeto de investigación; el segundo capítulo al

marco teórico conformado por los principales conceptos que se relacionan con la problemática; el tercer capítulo a la metodología de la investigación, al igual que las técnicas, instrumentos y la población del estudio; el cuarto capítulo a los resultados y discusión obtenidos en el transcurso de la investigación; el quinto capítulo a las conclusiones y recomendaciones que se desarrollarán a partir de los hallazgos; finalmente, el capítulo sexto que corresponde a la propuesta que se plantea para la investigación que en este caso corresponde a proponer lineamientos para optimizar la gestión de redes sociales de la institución gubernamental.

## **1.2 Problema:**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba mantiene una presencia activa en las plataformas digitales como son: Facebook, Instagram, X y TikTok, en estos entornos digitales se presenta un poca participación ciudadana debido a que no se presentan muchos comentarios por parte de los usuarios y cuando existen la institución no brinda una respuesta a las inquietudes de la ciudadanía, esto permite comprender que el GADM de Riobamba informa a los riobambeños, pero no brinda una respuesta o solución a las preguntas planteadas por la sociedad, lo que dificulta el empoderamiento ciudadano en estos ecosistemas digitales.

En este caso se presenta una comunicación unidireccional debido a que en muchos de los contenidos publicados por la institución gubernamental no genera retroalimentación a las inquietudes de la ciudadanía, lo que afecta a la falta del empoderamiento ciudadano en estos escenarios digitales y a la vez una desconexión entre la institución gubernamental y las personas, a raíz de esta situación no se puede identificar con claridad si la interacción que se ejecuta en estos entornos realmente contribuye al empoderamiento ciudadano, para lo cual se plantea las siguientes interrogantes: ¿qué temas y formatos generan mayor interacción significativa?, ¿existe relación entre la calidad de la respuesta y la percepción del empoderamiento?, y ¿qué barreras y oportunidades existen para potenciar este vínculo?

## **1.3 Justificación:**

La presente investigación es pertinente porque al realizar un pilotaje no se encontraron investigaciones relacionadas con la problemática lo que da como resultado que se trata de una investigación única porque permite evaluar el impacto que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba con relación a la interacción de la ciudadanía en las plataformas digitales para determinar la calidad de participación que se presenta para el empoderamiento ciudadano en los ecosistemas digitales.

Se trata de una investigación de carácter social porque en este caso se basará en el estudio del gobierno local, que en este caso es el GADM de Riobamba, y la ciudadanía con la finalidad de determinar la democracia y la participación que se presenta en las publicaciones emitidas por la institución gubernamental, en la parte académica contribuiría a aportar evidencia y datos con relación a la interacción que se presenta en las redes sociales que maneja el gobierno local, al igual que el impacto que tiene con relación al empoderamiento ciudadano que no es comúnmente abordado en Ecuador, por su parte con relación al ámbito institucional los hallazgos que se obtengan de la investigación, permitirán

optimizar la gestión de contenidos, al igual que los protocolos de respuesta y estrategias para mejorar la participación de la ciudadanía en las redes sociales que utiliza la institución gubernamental.

La presente investigación es factible porque se cuenta con las herramientas necesarias para el análisis de la interacción en las plataformas digitales del GADM de Riobamba para medir el nivel de empoderamiento ciudadano que existe en cada una de ellas, asimismo, si la problemática no se estudia no se podría identificar si las publicaciones que realiza la institución gubernamental está cumpliendo con su trabajo que en este caso es generar transparencia de las gestiones por medio de la información publicada, al igual que la participación activa tanto de los ciudadanos como del GADM de Riobamba a las inquietudes de las personas.

#### **1.4 Objetivos:**

##### **1.4.1 Objetivo General:**

Analizar la relación entre la interacción en redes sociales del GADM Riobamba durante enero-junio 2025 y el empoderamiento ciudadano.

##### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

Caracterizar las métricas de interacción por plataforma, tema y formato.

Medir el nivel de empoderamiento ciudadano.

Proponer lineamientos para optimizar la gestión de redes sociales en el GADM Riobamba.

## 2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Estado del Arte:

“Análisis de la Planificación de Comunicación como Herramienta para la Dirección de Comunicación del GADM-Riobamba Período Enero – junio 2019”, de (Evelyn Mireya Real Amaguaya).

Tesis, 2020. El objetivo general fue analizar la planificación de comunicación como herramienta para la dirección de comunicación el GADM-Riobamba. Uso una metodología mixta basado en un análisis cuantitativo y cualitativo, por medio de encuestas dirigidas a un público externo e interno, al igual que expertos en el tema. Entre sus principales resultados se encuentra que se presentan inconvenientes en la institución gubernamental al no contar con un plan de comunicación, para lo cual la autora de la tesis propone un plan estratégico para el GADM de Riobamba con la finalidad de mejorar la comunicación de la institución.

**Enlace:** <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6891>

“Evaluación del Modelo de Gobierno Abierto en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, Periodo 2022-2023”, de (Dolores Silvana Álvarez Velasteguí).

Tesis, 2025. El objetivo general fue evaluar el modelo de Gobierno Abierto para determinar estrategias y acciones en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, periodo 2022-2023. Uso una metodología mixta con un enfoque cualitativo y cuantitativo, por medio de un diseño no experimental de corte transversal y de los métodos hermenéutico e inductivo a través de una técnica por convivencia no probabilística. Entre sus principales resultados se encuentra que antes de implementar un gobierno abierto existían inconvenientes de inseguridad de datos, sobrecarga y desigualdad en el acceso a la información que impedían alcanzar una información oportuna, clara y transparente sobre temas de interés. La tesis concluye con la presentación de un plan de acción para garantizar la continuidad del modelo de Gobierno Abierto en el GADM de Riobamba.

**Enlace:** <https://dspace.esPOCH.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/84db40d8-6b52-48c4-944a-2a742a57f0ad/content>

“Datos abiertos y gobiernos abiertos en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”, de (Elías Iván Coro Gavin y Mónica Briggith Rosales Namicela).

Artículo, 2024. El objetivo general fue analizar la implementación de iniciativas de datos y gobierno abiertos. Uso una metodología mixta por medio de una revisión de literatura y análisis de portales digitales. Entre los resultados se encuentra que Riobamba ha mejorado la transparencia y accesibilidad de la información, además, el artículo presento un impacto positivo con relación a la transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana. El trabajo concluye con que Riobamba está en camino hacia una gestión transparente y participativa por medio de los datos y gobierno abiertos, pero aún se presentan desafíos para lo cual es importante fortalecer las iniciativas y promover un desarrollo inclusivo y sostenible.

**Enlace:** <https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/1585>

A través del análisis de estos documentos se puede concluir que no existe información completa sobre la temática abordada porque en este caso se encuentran documentos que abordan partes de la investigación, pero no en su totalidad que en este caso está relacionado con el empoderamiento ciudadano en las redes del GAD Municipal de Riobamba, es decir, que existen documentos que ayudan al entendimiento de la problemática, sin embargo, no existen investigaciones previas sobre la problemática planteada para la investigación.

## **2.2 Marco Teórico:**

### **2.2.1 Teoría de la Comunicación Participativa:**

Los autores (Morlà et al., 2022, p. 23) señalan que la teoría de la comunicación participativa es un “acto de interacción horizontal que conlleva a la participación de sujetos diversos –hasta ahora excluidos o marginalizados– en el establecimiento de nuevos relatos que idealmente definirán una nueva cultura”, en otras palabras, se refiere a que las personas pueden participar por medio de sus ideas sin importar si pertenecen a clases sociales altas o clases sociales que son invisibilizadas porque cada persona puede expresar sus opiniones al respecto de un tema.

La teoría de la comunicación participativa busca un cambio positivo para la sociedad, es por esta razón que se toma en cuenta las opiniones de las personas para contribuir a la solución de sus necesidades por medio de una comunicación que involucre a las comunidades y autoridades para que puedan conocer esas problemáticas, además, con la llegada de la tecnología existen nuevas herramientas digitales que les ayudan a construir esa comunicación participativa por medio de estos nuevos entornos donde no hay la necesidad de estar presente cara a cara para dialogar sobre sus necesidades (Fajardo Carrillo & Martínez Araujo, 2022).

Para la autora (Valor Mañozca, 2023, p. 6) señala que la teoría de la comunicación participativa tiene como finalidad empoderar a las comunidades por medio de su involucramiento en temas relacionados con la política:

“La comunicación participativa es fundamental la sociedad siendo esencia de su desarrollo social, por tanto, es importante trabajar en comunidad para a su vez generar un sentido de pertenencia frente a su espacio, cultura, medio ambiente y nivel educativo generando estímulos que permitan ganar sentido de pertenencia entre las comunidades”.

La teoría de la comunicación participativa se basa en el poder de la palabra para dar voz a las comunidades y que estas a su vez puedan expresar sus necesidades para que puedan ser tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones para lo cual se ayudan en los medios de comunicación para poder visibilizar las problemáticas de las personas invisibilizadas y que sean escuchadas por medio de su voz, además, la participación permite que las personas puedan mantenerse informados, adquirir conocimientos y a su vez confianza para expresarse sobre problemáticas que les afectan en su vida diaria y conseguir un cambio (Dorado & Moreira, 2024).

En cambio, el autor (Torres Lozano, 2023, p. 8) menciona que la teoría de la comunicación participativa los principales actores son la sociedad porque en este caso todas

las personas tienen el derecho a expresarse sobre las problemáticas que se les presentan para que las autoridades puedan contribuir a un cambio que beneficie a la comunidad:

“Las personas son el núcleo de la intervención; es por esta razón que la cooperación debe ser implementada bajo una serie de procesos emancipatorios a nivel local, nacional e internacional; siempre teniendo presente que la comunicación es una necesidad humana, un derecho irrevocable”.

### **2.2.2 Teoría de Usos y Gratificaciones:**

La teoría de usos y gratificaciones está relacionada con la selección que realizan los usuarios para seleccionar el medio de comunicación que más se ajuste a sus necesidades y preferencias, al encontrarnos en una era digital los entornos digitales se han convertido en herramientas importantes para la ciudadanía, es por eso que surgen como nuevas gratificaciones que les permiten realizar varias acciones en estos escenarios y resultan de mayor utilidad para las personas, esto debido a que los individuos le dan diversos usos a estos espacios como, por ejemplo, consumir o producir información para transmitirla en estos ecosistemas digitales (Tarullo, 2020).

Los autores (Gil-Fernández & Calderón-Garrido, 2021a, p. 72) se refieren a la teoría de los usos y gratificaciones como un “punto de partida para obtener patrones de comportamiento modelados por las dimensiones y los factores que se analizan”, es decir, que se emplea esta teoría para determinar la interacción de la audiencia en los entornos digitales y el consumo de medios de comunicación para que la audiencia siga consumiendo el contenido que se transmite en esos espacios.

La teoría de los usos y gratificaciones se encuentra presente tanto en los escenarios digitales como lo son las redes sociales y los medios de comunicación porque a través de los entornos digitales pueden satisfacer sus necesidades de acuerdo a sus gustos y preferencias, los medios de comunicación buscan llamar la atención de la audiencia por medio de los estímulos que provocan en el individuo con la información que emiten para el receptor, es decir, las personas se interesan por el contenido, además, entre las necesidades que buscan abordar para atraer a la audiencia es la diversión para entretener al público y a la vez conseguir que se despeje un poco del mundo real o de los problemas que les afectan, también se busca conseguir que las personas se relacionen con otras personas, al igual que la identidad de los individuos para proporcionarles contenidos que se adapten a sus necesidades, en otras palabras por medio de esta teoría se busca la aprobación del público para que consumen el contenido que se emite (Espinel Rubio et al., 2021).

Para los autores (Cuesta-Cambra et al., 2021, p. 16) señalan que la teoría de los usos y gratificaciones “intenta comprender lo que la audiencia hace con los medios, y por qué”, en otras palabras, se refiere a que los medios de comunicación analizan a su audiencia por medio de los comportamientos y las preferencias al momento en que las personas seleccionan el medio, además, al analizar esos patrones los medios buscan llegar a esos públicos por medio de los intereses que tienen las personas.

La teoría de los usos y gratificaciones permite identificar los patrones de las audiencias al momento de seleccionar un medio, con la llegada de la tecnología las redes sociales y las plataformas se convirtieron en los nuevos escenarios de consumo de información de las personas, es por eso, que a través de esta teoría se busca identificar los

factores que llaman la atención de la audiencia al momento de seleccionar un medio en estos espacios digitales, además, por medio de esta teoría se puede identificar las tendencias que se encuentran presentes en las redes sociales, es decir, los nuevos gustos de las audiencias con relación a un tema por medio de los patrones de búsqueda (Gil-Fernández & Calderón-Garrido, 2021b).

### **2.2.3 Teoría de la Esfera Pública Digital:**

La esfera pública propuesta por Habermas consistía en un espacio donde las personas pueden dar a conocer su opinión sobre un tema, estos escenarios están abiertos para todas las personas, es decir, que cada uno puede expresarse en estos entornos con la única condición de estar presente en ese lugar, además, una característica principal de esta teoría es que las autoridades se reúnen en estos escenarios con los ciudadanos para dialogar. En cambio, la esfera pública digital es más abierta al público y se trata de una comunicación bidireccional donde la respuesta a las necesidades de las personas pueden ser resueltas en ese instante, esto debido a que en la esfera pública tradicional las opiniones quedaban en la persona que emitía el mensaje, es decir, la respuesta no era inmediata (Carriquiry, 2022).

La autora (Bárceñas Barajas, 2020, p. 781) señala que la teoría de la esfera pública digital está presente en los escenarios como son los “medios de comunicación masiva y las redes sociodigitales”, porque a través de estos espacios los usuarios pueden compartir su opinión con respecto a la información consumida, además, estos escenarios son la nueva esfera pública porque las personas se encuentran en estos entornos donde pueden opinar y obtener una respuesta más rápida con relación a sus problemáticas.

La esfera pública digital puede ser una ventaja porque a través de las nuevas plataformas digitales las personas pueden dar a conocer su opinión por medio de los comentarios o las reacciones donde dan a conocer su punto de vista sobre la información recibida, pero también puede presentar desventajas debido a que la audiencia se encuentra fragmentada porque todos los usuarios tienen diferentes perspectivas lo que hace que se genere un espacio de debate donde cada persona da a conocer su punto de vista y a la vez se enriquecen de nuevos conocimientos, sin embargo, existen usuarios que consideran que su opinión es la correcta y empiezan a surgir enfrentamientos en estos escenarios (Carriquiry, 2024).

Para los autores (Fuchs et al., 2021, p. 19) indican que la teoría de la esfera pública digital es donde las personas pueden interactuar por medio de estos escenarios digitales y a la vez recibir información:

“No es una esfera separada de la sociedad, sino una dimensión y aspecto de la esfera pública en sociedades donde la información y la comunicación digitales son predominantes. La esfera pública digital significa la publicación de información, la publicidad crítica y el debate público crítico mediado por las tecnologías de la información y la comunicación digitales. No toda la información y comunicación a través de Internet, teléfonos móviles y tabletas forma parte de la esfera pública digital”.

#### 2.2.4 Plataformas Digitales:

El autor (García, 2020, p. 16) menciona que las plataformas digitales “son infraestructuras digitales que posibilitan la interacción de dos o más grupos. Por lo tanto, se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios, clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, proveedores y hasta objetos físicos”. Esto quiere decir, que las plataformas digitales son herramientas que permiten la comunicación entre usuarios que se mantienen presentes en estos espacios digitales a través de los cuales se puede realizar diferentes actividades.

Las plataformas digitales se clasifican en tres tipos donde se encuentran aquellas que están relacionadas con la economía que pueden ser las empresas y los consumidores a través de las cuales se pueden hacer transacciones o actividades relacionadas con la economía de una empresa y la interacción entre las personas que se encuentran en esos espacios; las personas que pueden acceder a los servicios que ofrece una plataforma digital donde las plataformas cerradas presentan restricciones para los usuarios a diferencia de las abiertas donde se presenta una mayor libertad; y la gobernanza donde la audiencia puede tomar decisiones con relación a los aspectos que menciona una institución gubernamental (Canals, 2020).

Las plataformas digitales gubernamentales fomentan la transparencia y la participación de la ciudadanía con relación a la gestión de la institución, los autores (Basurto et al., 2025, p. 6263) señalan que:

“Las plataformas digitales contribuyen significativamente a abrir la información gubernamental al escrutinio social. Al facilitar el acceso a datos presupuestarios, resultados de proyectos y contrataciones públicas, estas herramientas fomentan el control social, fortalecen la cultura de la legalidad y elevan la confianza ciudadana en las instituciones”.

Las plataformas digitales en los gobiernos permiten agilizar las actividades para mejorar la gestión de la institución y a la vez involucrar a la ciudadanía en la toma de decisiones para que exista una mayor transparencia y a la vez el empoderamiento de las personas en los trámites que ofrece la institución gubernamental, asimismo, permite que la información se accesible que la audiencia pueda acceder a la misma que fortalecen la confianza entre la sociedad y el gobierno por medio de los ecosistemas digitales (Camilo Mauricio et al., 2024).

Para el autor (Caputo, 2020, p. 91) indica que las plataformas digitales están relacionadas con la democracia porque “permiten una participación horizontal desde casa, con un proceso deliberativo en propuestas y reportes que se vuelven realidad. Lo que se cuestiona en la participación vecinal comunal son los efectos positivos o negativos de la tecnología sobre la participación”, es decir, que las plataformas digitales promueven el involucramiento de la sociedad en temas relacionados a la toma de decisiones y a la vez a la presentación de quejas o problemas que se presenten en un sector para que puedan ser tomados en cuenta.

### 2.2.5 Redes Sociales:

Los autores (Moreano Guerra et al., 2024, p. 883) se refieren a las redes sociales como la nueva forma de interacción de las personas donde son prosumidores de información, es decir, que producen y consumen información:

“Un fenómeno de gran influencia dentro de la comunicación, dado que facilita al igual que propicia una interacción con la comunidad contribuyendo a promover tanto la confianza como sentimientos en común entre los diversos miembros, brindando a las personas nuevas formas de mantener y construir medios digitales, transmitir información, crear o editar los contenidos además de integrar movimientos sociales por medio del internet”.

Para la autora (Solano Peralta, 2024, p. 5) señala que las redes sociales son herramientas que facilitan las actividades de las personas debido a que “pueden ser una herramienta fundamental para utilizarlas como una estrategia de negocio, comunicarnos con otras personas, conocer nuevas personas, adaptar buenos hábitos y explorar nuestra creatividad siempre siendo cuidadosos con nuestra privacidad”. En otras palabras, se refiere a que las redes sociales están presentes en el entorno que nos rodea, a través de las cuales se puede agilizar las actividades cotidianas y hacerlas de manera inmediata.

Las redes sociales son herramientas que permiten establecer relaciones sociales, al igual que compartir información y producir contenidos, los ámbitos que se abordan en estos espacios son distintos desde políticos hasta la vida cotidiana, a raíz de esta situación cualquier persona puede acceder a ellas. Las redes sociales permiten conocer el comportamiento de los usuarios para llegar a los mismo, asimismo, presentan una gran influencia que se encuentra presente por los medios de comunicación en estos espacios digitales, no obstante, como presentan ventajas también se encuentran desventajas como es el riesgo de la privacidad en estos entornos al aceptar las cookies que presentan cada red social y al hacerlo se puede presentar una pérdida de información (Gómez-Barrera, 2021).

Son herramientas que facilitan diferentes actividades como brindar información, compartir y difundir información a las personas que se encuentran en estos espacios y les interesa conocer sobre el tema, permiten que la información se encuentre de manera más rápida y presentan una mejor interacción de los usuarios en estos espacios. Entre los riesgos que se pueden presentar en las redes sociales se encuentran que se pueden presentar delitos en estos espacios como, por ejemplo, amenazas, estafas o robos por la información que brindamos en estos entornos, además, los usuarios pueden ser engañados por personas que utilizan perfiles falsos para dañar a una persona (Torres, 2020).

Por su parte los autores (Díaz De León & De La Garza-Montemayor, 2025, p. 86) indican que las redes sociales en los gobiernos locales contribuyen a la transparencia de las gestiones de la institución al igual que el involucramiento de la sociedad en la toma de decisiones:

Las redes sociales como herramienta para la gestión pública facilitan mediante la información y datos que transmiten, el cumplimiento de sus objetivos y metas si se utilizan y explotan de manera correcta y con fundamento legal, racional, y objetivo, y de conformidad con los recursos y capacidades del ente público que hace uso de ellas y de la misma sociedad.

## 2.2.6 Comunicación Pública:

La comunicación pública se refiere a la opinión pública que se produce al momento de dar a conocer una información, por medio de la cual se crea un espacio de debate donde las personas pueden dar a conocer sus ideas al respecto y escuchar las ideas de los otros individuos, asimismo, se presenta en un entorno mediático y en el ámbito político donde se genera una mayor comunicación pública debido a que se encuentran desde los ciudadanos hasta los gobernantes donde pueden recibir información y a la vez también aportar con ideas respecto al tema. Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental al difundir la información para construir la opinión pública y permitir que la sociedad pueda interactuar con la misma (De León Vázquez, 2022).

Los autores (Almeida y Simon, 2017, p.537) citado en los autores (Machado Biasibetti & Florczak De Oliveira, 2025, p. 36) señalan que “la Comunicación Pública implica un proceso comunicativo que involucra al Estado, la sociedad civil y las organizaciones privadas (Segundo Sector), teniendo como características: la negociación, el intercambio y el reparto, palabras asociadas a las descripciones”, es decir, que la comunicación pública está relacionado con la interacción que se da entre los ciudadanos con las autoridades para que se involucren en la toma de decisiones del país, la cual se obtiene por medio de un dialogo donde todos dan a conocer sus puntos de vista para tomar las mejores ideas.

Para la autora (Vignale, 2020, p. 8) menciona que la comunicación pública está relacionada con la interacción entre los ciudadanos y las autoridades para llegar a un acuerdo:

La comunicación pública de la ciencia podría plantearse desde una perspectiva democrática al involucrar diversos actores y procesos sociales, que promuevan información científica como derecho ciudadano y como apoyo para el consenso y la legitimación social de la actividad científica en sus distintas esferas de desarrollo. Asimismo, desde una perspectiva práctica, pondría en relieve al conocimiento instrumental de la ciencia aplicada.

La autora (Ladrón De Guevara Muñoz, 2023) indica que “en términos concretos vinculados a la comunicación que emana de los gobiernos, implica la responsabilidad de ofrecer oportuna y verazmente información que permita a la ciudadanía tener opinión para tomar decisiones y satisfacer su Derecho a Saber”, esto quiere decir que todas las personas tienen el derecho de mantenerse al tanto de lo que ocurre en el país al igual que brindar su opinión al respecto porque solo por medio de la comunicación pública se puede lograr la democracia que beneficia a todos por igual.

La comunicación pública está relacionada con las evoluciones que se presentan en la ciudadanía, a través de la cual se forma la cultura que se mantiene presente en la sociedad, en este caso este tipo de comunicación no solo tiene la finalidad de informar a las personas, es decir, una comunicación unidireccional, sino que en este caso buscan que el receptor no solo reciba la información sino que también se involucre en ella y dé a conocer sus puntos de vista al respecto para construir una sociedad donde las personas y las autoridades puedan entablar un diálogo que tome las mejores decisiones y a su vez se forme una sociedad del conocimiento (Pac et al., 2020)

### 2.2.7 Algoritmos de Interacción:

Los algoritmos representan a las plataformas digitales que se encuentran presentes en la actualidad, es decir, una característica de la comunicación digital que en este caso permiten a los medios de comunicación llegar a una audiencia por medio de los metadatos que se van guardando en las plataformas para después enviar noticias que le interesa a la audiencia y que va a generar una interacción con relación al contenido publicado, en otras palabras se refiere a que la audiencia responde a la información presentada por el emisor donde cada plataforma digital tendrá diferentes algoritmos para llegar a ese público que está interesado en ese contenido (García-Orosa et al., 2023).

Para el autor (Henaó Caleño, 2022, p. 500) los algoritmos cumplen distintas funciones que funcionan como estrategia para llegar al público objetivo por medio de:

“La funcionalidad de generar secuencias lógicas, combinar datos y así mismo analizar grandes volúmenes de información buscando integrar los diferentes objetivos y estrategias planteadas por las políticas pública diseñadas y así mismo se logren impactos más profundos y de una manera más integrar se logren resultados positivos para los ciudadanos y los territorios en una atención estructurada de problemas complejos”.

Los autores (Villanueva Lomelí, *et al.*, 2024, p. 155) señalan que “los algoritmos y las técnicas de IA se utilizan para recopilar, analizar y utilizar datos con el objetivo de optimizar la toma de decisiones públicas y la prestación de servicios gubernamentales”, esto quiere decir que utilizan estas herramientas para llegar a la audiencia y que esta a su vez consume el contenido para lo cual se aplican los algoritmos para conocer a esa audiencia y guardar información útil para llegar a la misma.

Para los autores (Fabrika et al., 2024, p. 330) indican que los algoritmos en la sociedad actual contribuyen en la democracia al mejorar la interacción con la ciudadanía por medio de las plataformas digitales porque permiten mejorar las actividades del gobierno en estos espacios:

“El impacto de las decisiones tomadas por algoritmos, especialmente en el ámbito político, tiene el potencial de influir en la vida de millones de personas y dar forma al futuro de las naciones contemporáneas. Como tal, es imperativo que los responsables políticos, los expertos en tecnología y los pensadores éticos colaboren en el desarrollo de marcos y normativas sólidos para garantizar que la aplicación de sistemas automatizados en el ámbito político cumpla los principios fundamentales de la democracia y salvaguarde los derechos y libertades de las personas, para evitar un futuro distópico controlado por entidades no humanas, metahumanas o transhumanas”.

El autor (Cifuentes Sánchez, 2024, p. 63) menciona que los algoritmos en la comunicación digital permiten identificar los gustos de los usuarios para llegar con el contenido a ese público “en el entorno digital, los algoritmos funcionan como sistemas de examen automatizados que recolectan datos sobre las actividades de los usuarios, generando perfiles que determinan su relevancia y visibilidad dentro de la plataforma”, en otras palabras se refiere a que los algoritmos en los ecosistemas digitales guardan datos de los usuarios para ver que contenido les interesa más y poder llegar a esa audiencia.

## 2.2.8 Interacción en Redes Sociales:

La interacción en redes sociales presenta diferentes categorías de interacción por medio de las cuales los usuarios se identifican como son el bienestar donde las personas buscan sentirse cómodas en un entorno en este caso virtual donde establecen relaciones sociales con otras personas; la identidad donde cada usuario construye su propia identidad en las redes sociales por medio de sus gustos, actitudes y lo que le hace distinto al resto de personas que se encuentran en estos espacios; la comunicación en los entornos virtuales se presenta a través de distintas formas como, por ejemplo, por medio de mensajes, emoticones, imágenes o gifs que representan las ideas de los usuarios en estos espacios; otra categoría que se presenta es el riesgo al ser un espacio libre para todos las personas que solo buscan dañar a otras personas utilizan las redes sociales para emitir mensajes que afectan la estabilidad de otro usuario; finalmente, las emociones donde las redes sociales son un espacio donde cada persona puede dar a conocer su sentimiento del momento al recibir cualquier contenido en redes sociales (Martín Martínez & Castiblanco Carrasco, 2024).

Los autores (Adetunji et al., 2017) citados en (Argota-Pérez & Argota-Pérez, 2024, p. 271) indican que “en comunidades y plataformas virtuales, la interacción de los usuarios se gestiona para fomentar la creación, compartición y/o intercambio de ideas, pensamientos o información”, es decir, que los usuarios utilizan estos espacios para informarse, entretenerse y educarse por medio de los contenidos que se presentan y a través de los cuales se construyen espacios de diálogo donde cada usuario da a conocer su punto de vista al respecto y a la vez enriquecerse de conocimientos y opiniones del resto de usuarios.

Para los autores (Gutierrez et al., 2020, p. 14) señalan que la interacción es necesario en los seres humanos porque a través del diálogo en este caso construyen entornos sociales que les permite relacionarse con el resto de personas porque es una parte importante del ser humano:

“Es una actividad se define como interacción al fenómeno por el cual los seres humanos se relacionan entre ellos, esta establece la posterior influencia social que es recibida por cada persona. Para la visión del interaccionismo representa un rasgo común de la humanidad, constituyendo la base de su comportamiento en sociedad. Tanto más para este enfoque, es evidente que la propia sociedad en general se crea y construye en tanto los individuos o conglomerados de los mismos desarrollan un sinnúmero de interacciones de diversas características, intermediados o no por las instituciones sociales”.

El autor (Giménez, 2023, p. 30) menciona que “las redes sociales han acercado a personas de diferentes culturas y países, permitiendo la interacción y el intercambio de ideas en tiempo real”, es decir, que los usuarios pueden comunicarse con personas de diferentes países sin la necesidad de estar presente porque las redes sociales permiten una mejor interacción entre la audiencia al establecer una interacción de lo que está sucediendo en ese momento sin la necesidad de esperar para poder opinar al respecto.

Los autores (Anzola-Gomez et al., 2022, p. 118) se refieren a la interacción como una nueva forma de comunicarse con las demás personas donde no solo lo pueden hacer por medio de mensajes, sino que ahora existen nuevas formas de expresar sus opiniones por medio de las redes sociales:

“Los nuevos entornos digitales abrieron la posibilidad a los usuarios para generar procesos de interacción con los contenidos. Las redes sociales, además de ser un espacio de publicación abierto, generan la posibilidad de que el usuario puede interactuar con el contenido, y con el creador del contenido, por medio de Me gusta, Compartir, y los comentarios”.

### **2.2.9 Comunicación Gubernamental:**

Los autores (Ortiz & Johnson, 2025, p. 295) señalan que la comunicación gubernamental es necesaria al encontrarnos en un mundo cada vez más globalizado donde la información se encuentra presente en los espacios digitales, lo cual sucede cuando “al lograr esta sinergia entre lo técnico y lo sociocultural, los gobiernos mejoran su capacidad para responder a crisis, fortalecer la confianza pública y fomentar un diálogo proactivo con sus ciudadanos, que es esencial en la era de la información”.

La comunicación gubernamental y pública presentan características que se asemejan, no obstante, la comunicación gubernamental consiste en brindar a la audiencia información sobre las gestiones que realiza la institución, en otras palabras, es un entorno digital donde las personas pueden encontrar la información que desean conocer sobre la misma, además, a través de este tipo de comunicación se busca reforzar la imagen política de esa entidad gubernamental. En cambio, la comunicación pública brinda información, pero también permite que las personas puedan opinar al respecto del mensaje que reciben fomentando así la participación activa de la sociedad por medio del diálogo en los espacios virtuales (Negrete Huelga, 2022).

La comunicación gubernamental está relacionada con la distribución de la información a través de los medios de comunicación donde se busca dar a conocer a la sociedad las gestiones que realiza la institución, en otras palabras, transparentar las acciones realizadas por el gobierno de turno para que las personas conozcan que se hizo durante ese periodo, asimismo, por medio de esta comunicación se busca fomentar la opinión pública por parte de los ciudadanos que opinan al respecto de la información recibida, es decir, que la mayoría de las personas se interesen por los datos que se emite por parte de una entidad gubernamental, la comunicación electoral suele generar más opinión pública porque es donde las personas presentan un mayor interés por conocer que candidato gana las elecciones donde dan sus opiniones al respecto y sus posturas sobre los candidatos (Acosta & Rosso, 2023).

Para el autor (Moreno Manzo & Navarro Chávez, 2019, p. 11) indica que es necesario que los gobiernos cuenten con una buena comunicación gubernamental para poder llegar al público objetivo y que esta información no se quede solo en un público, sino que llegue a más personas que les interesa conocer al respecto, en otras palabras, se debe ejecutar bien la comunicación para que los mensajes lleguen a una audiencia más amplia y no solo a la audiencia que se tenía destinada la información:

“Es vital que los gobiernos den el valor debido a la comunicación gubernamental y la dejen de ver como un área de difusión y enlace con medios de comunicación; es imprescindible que los gobiernos tengan profesionales que sean capaces de transmitir a sus stakeholders internos los valores, misión y visión de la organización y que también tengan capacidad de diseñar estrategias para escuchar y tomar en cuenta en la toma de decisiones a los diferentes grupos de stakeholders,

tanto a los que se encuentran en la ciudad o jurisdicción gubernamental como con los stakeholders de otros lugares”.

Por su parte el autor (Berón, 2023, p. 93) menciona que “la comunicación gubernamental es cada vez más personalizada y más segmentada, lo que hace necesario un acompañamiento integral en la implementación de una estrategia, en el seguimiento de las comunicaciones oficiales y en la optimización de recursos tecnológicos”, es decir, que hoy en día al encontrarnos en un mundo cada vez más globalizado resulta más difícil llegar a un público objetivo por lo cual se deben implementar estrategias que permitan llegar a esas audiencias para que reciban la información y a la vez puedan dar a conocer su opinión al respecto.

#### **2.2.10 Gobierno Electrónico:**

El gobierno electrónico facilita las actividades de la institución porque genera una relación con la sociedad donde abarca distintas áreas relacionadas con el bienestar del país o ciudad, por medio de este tipo de gobierno se puede transparentar la gestión para que la ciudadanía la conozca a través de las plataformas digitales con las que cuenta para llegar al público, pero a pesar de resultar beneficioso también puede dar surgimiento a una brecha digital donde no todas las personas puedan acceder a la información que se comparte en esos espacios debido a que no todos tienen acceso a internet, lo que representa una debilidad al momento de emitir información a través del gobierno electrónico, además, este modelo no está totalmente establecido en los gobiernos locales lo que representa una desventaja porque en estos gobiernos también se debería implementar este tipo de gobierno debido a que así fomentan la participación de las personas que cuentan con la posibilidad de conectarse a una red porque la información que se encuentra en estos espacios es más rápida y no necesita que las personas se encuentren en ese sitio para dar a conocer su postura frente a la situación planteada (Moreira-Mera & Hidalgo-Avila, 2020).

El gobierno electrónico busca mejorar la transparencia de la institución por medio de la información que se da a conocer a la ciudadanía, este tipo de gobierno facilita el acceso a la información y los servicios con los que cuenta la institución con la finalidad de que este alcance de las personas; mejora los procesos de la entidad por medio de las TIC, es decir, por medio de las nuevas tecnología que se presenta en la actualidad al encontrarnos en un mundo cada vez más globalizado; permite que las personas conozcan las gestiones de la institución gubernamental; al igual que promueve la participación de las personas por medio de la información que reciben. Asimismo, presenta características como, por ejemplo, la presencia que se refiere a que la información se encuentra en el sitio web de la entidad; la interacción porque en este caso cuenta con diferentes plataformas para que las personas interactúen con el gobierno por medio de las redes sociales o el sitio web donde pueden encontrar formularios para las solicitudes que deseen presentar; la transacción que facilitan los pagos de impuestos o multas por medio de los distintos servicios que se ofrecen en línea por parte de la institución; y finalmente, la transformación que hace referencia a los nuevos avances tecnológicos que se presentan en la era digital (Baluja & Soler, 2020).

Los autores (Támara Trujillo & Espinoza Olcay, 2023, p. 20) señalan que “la incorporación de las TIC es fundamental en el gobierno, para brindarle un mejor servicio a sus ciudadanos, mejora la capacidad del gobierno para gestionar y mejorar la calidad de vida

de los ciudadanos”, es decir, que facilita la transparencia de una entidad gubernamental al dar a conocer las acciones ejecutadas por el gobierno de turno a la sociedad.

Para los autores (Encarnación Ordoñez et al., 2021, p. 79) mencionan que el gobierno electrónico facilitan distintas actividades para mejorar el servicio que se ofrece a la ciudadanía por medio de los ecosistemas digitales entre los cuales se encuentran:

“Procesos gubernamentales: ya que mejoran el funcionamiento del sector público en eficiencia, gestión de procesos, articulación de estrategias, descentralización y potenciamiento; interacción con la ciudadanía: mejoran la relación entre el gobierno y los ciudadanos tratando de tener mejor comunicación con los ciudadanos, participación ciudadana y desarrollo de servicios; y, vínculos con organizaciones: relación con organismos del sector privado, ONG y organizaciones en los siguientes aspectos: interacción del gobierno con empresas y entidades empresariales, desarrollo de comunidades, construcción de redes asociativas”.

Por su parte la autora (Flores Farro, 2021, pp. 13809-13810) indica que el gobierno electrónico “es denominado de tal manera porque utiliza dispositivos tecnológicos, asimismo, es herramienta que fomenta el desarrollo de la sociedad y permite alcanzar las metas y objetivos sociales, mediante la transparencia y eficiencia del uso correcto de los recursos y bienes que se tienen”, esto quiere decir, que emite la información por medio de los entornos virtuales con la finalidad de que las personas puedan consumir esos contenidos para transparentar la gestión de la institución y conseguir la participación de las personas en temas relacionados con la política para que puedan involucrarse y dar a conocer su opinión al respecto al igual que los problemas que se les presentan.

### **2.2.11 Gobierno Abierto:**

Los autores (Morillo Revelo et al., 2020, pp. 34-35) señalan que el gobierno abierto “promueve la transparencia en los actos que desarrolla el servicio público para con los ciudadanos, promoviendo la colaboración y cooperación entre los mismos”, esto hace referencia a que se busca establecer una relación con el gobierno y los ciudadanos para llevar una democracia que beneficie en este caso a la ciudadanía por medio de un gobierno accesible al pueblo donde pueda encontrar la información necesaria al igual que los servicios que ofrece la entidad gubernamental.

Según los autores (Maldonado-Lozano et al., 2021, p. 147) indican que “el gobierno abierto se sustenta en el diálogo entre el gobierno y los ciudadanos, en esta filosofía se encuentran enmarcada sus iniciativas; por lo tanto, las demandas e intereses de la población no se deben desatender”, esto quiere decir que los gobiernos se encuentran abiertos al público para que las personas puedan a dar a conocer sus problemáticas y que por parte del gobierno se dé una solución a las mismas porque en este caso la interacción se da entre el gobierno y la sociedad que en este caso son las personas que habitan en el país o ciudad.

El gobierno abierto consiste en ofrecer a la sociedad información de la administración de ese gobierno para lo cual cuenta con principios donde se encuentran: la transparencia que en este caso se refiere a que la información debe estar al alcance del público para que pueda acceder a la misma; la participación donde las personas se deben interesar por temas relacionados con la política para que puedan dar a conocer sus opiniones

y que sean tomadas en cuenta al igual que los problemas que les afectan puedan encontrar una solución; rendición de cuentas que se refiere a demostrar las acciones realizadas durante su periodo de gobierno para que la sociedad las conozca; la innovación y tecnología donde la era digital ha traído consigo nuevas tecnologías que mejoran la eficacia de la entidad gubernamental en los entornos digitales (Zavala et al., 2021).

El gobierno abierto busca generar un ambiente democrático donde la información no se mantiene oculta, sino que por el contrario se encuentra visible para el público que en este caso vendría hacer la ciudadanía, este tipo de gobierno se encuentra presente en las nuevas tecnologías que han surgido al encontrarnos en un mundo globalizado donde las nuevas herramientas tecnológicas revolucionan y mejoran la forma de emitir y recibir información que en el caso del gobierno busca dar a conocer la administración de la entidad para lo cual se fundamenta en tres características primordiales como son la participación para involucrar a la ciudadanía, la colaboración que hace referencia a la relación entre gobierno y sociedad y por último la transparencia que muestra la gestión llevada a cabo (Pinho De Oliveira, 2020).

Para el autor (Ramírez Alujas, 2021, p. 65) el gobierno abierto busca el bienestar de la sociedad porque en este caso este tipo de gobierno se basa primordialmente en la ciudadanía, es decir, velar por la comodidad de las personas donde las opiniones de las mismas sean consideradas al momento de tomar una decisión:

“Es la posibilidad de reconectar con las emociones cívicas, de reencantar lo público y revalorar la vocación de servicio más allá de las fronteras de lo estatal, en la que la cosa pública, el interés general, el bienestar colectivo es una cuestión de todas y todos, es un asunto que ubica a los ciudadanos en el centro”.

### **2.2.12 Participación Ciudadana:**

Los autores (Loayza et al., 2021, p. 10073) indican que la participación ciudadana es “la intervención de la población por medio de los ciudadanos afectados o interesados, respecto a la dirección pública sobre todo en el gobierno local, con relación al ejercicio concreto de su capacidad”, esto quiere decir, que las personas dan a conocer sus inconformidades para que por parte del gobierno de turno les brinden una solución a sus problemas o necesidades por medio de su voz, es decir, sus opiniones para que puedan ser tomadas en cuenta al momento de tomar una decisión.

La participación ciudadana busca que las personas se involucren en temas relacionados con la política para por medio de un diálogo los ciudadanos den a conocer los problemas que les afectan tanto colectivamente como individualmente para que en este caso el gobierno busque soluciones al respecto, además, por medio de la participación se busca que las problemáticas sean atendidas para evitar que se presenten crisis durante los periodos de gobierno, es por eso que por medio de la participación las personas pueden alzar sus voces para que sus opiniones sean escuchadas y tomadas en cuenta en los diferentes ámbitos que se presente la problemática, por ejemplo, en el ámbito político o social donde se pueden presentar diferentes situaciones que afectan a una comunidad o a una persona (Sierra Rodríguez, 2022).

Por medio de la voz de las personas se construye la participación ciudadana que promueve la democracia con relación a las personas y los gobernantes, esto debido a que por

medio de sus opiniones ejercen su derecho que en este caso está relacionado con la libertad de expresión, es decir, poder expresar sus ideas hacia las demás personas por esta razón al momento de ejercer la participación debe ser de manera justa y equitativa sin beneficiar a un solo lado. Por esta razón, para que las personas participen en temas relacionados con la política o cualquier ámbito lo hacen por medio de un diálogo o un debate que permita tener en cuenta tanto las posturas de la ciudadanía como las del gobierno, a raíz de esta situación también se fomenta la transparencia para que las personas puedan acceder a la información, la cual se obtiene por medio de la democracia, asimismo, con la llegada de la tecnología aparecen nuevas herramientas que facilitan la participación ciudadana a través de los entornos digitales (Rodríguez Casallas et al., 2024).

La participación ciudadana se encuentra contemplada dentro de la Constitución del Ecuador porque forma parte esencial al momento de tomar decisiones, en este caso por medio de la participación se busca fortalecer la democracia del país, el artículo 95 de la constitución está relacionado con el derecho a la participación ciudadana porque menciona que las personas participen en la toma de decisiones por medio de la voz de las personas y las acciones que llevan a cabo dentro del ámbito político, es decir, que por medio de este derecho se busca que las personas participe e involucren de forma activa en los distintos ámbitos relacionados con el desarrollo del país, a través de esta también las personas fomentan el empoderamiento al alzar sus voces frente a las diferentes situaciones (Dután Narváez et al., 2022).

Por su parte los autores (Galiano Maritan et al., 2023, p. 506) indican que la participación ciudadana busca el bienestar colectivo o individual para dar solución a los problemas que les afectan, a través de la participación se pretende mejorar la democracia por medio de la relación entre las personas y el gobierno al momento de dialogar y tomar las decisiones:

“La participación ciudadana se refiere a la capacidad de los ciudadanos de involucrarse en la toma de decisiones que afectan intereses colectivos o propios, y es considerada como un elemento civilizador y socializador que permite la integración coordinada de un grupo de individuos con el fin de establecer acciones que promuevan su propio desarrollo”.

### **2.2.13 Empoderamiento Ciudadano:**

Los autores (Ochoa Tinoco et al., 2023, p. 49) indican que el empoderamiento ciudadano está conformado por tres ámbitos que buscan dar voz a las personas con temas que resultan de interés para su bienestar:

“Incluye las dimensiones política, económica y social. La primera examina aspectos como porcentaje de participación, la transparencia, la rendición de cuentas y la voluntad política. La segunda incluye el monto del presupuesto que se disputa y se ejerce. En la tercera se ubican la innovación, la inclusividad, la sustentabilidad, el asociacionismo previo, la capacidad de asociación intrasociedad y la cohesión social alcanzada en las localidades”.

El empoderamiento ciudadano hace referencia a la capacidad del ser humano para realizar una acción, es decir, involucrase en temas que se relacionen con la sociedad y el gobierno, el poder juega un papel fundamental en el empoderamiento porque permite que las personas ejerzan fuerza de voluntad para expresarse ante la sociedad, esto debido a que

las personas empiezan a tener confianza de sí mismos para poder hablar sobre las problemáticas que les afectan y encontrar una respuesta a sus inquietudes individuales o colectivas (García García et al., 2020).

Para los autores (Erraez-Donaula et al., 2025, p. 388) “el empoderamiento ciudadano se refiere al proceso mediante el cual los ciudadanos adquieren la capacidad de influir en las decisiones que afectan sus vidas y de participar activamente en la vida política y social de su comunidad”, en otras palabras se refiere a que las personas toman sus propias decisiones al decidir lo que les conviene o no, esto se ve reflejado principalmente en el ámbito social y político donde la ciudadanía se involucra en estas áreas para dar a conocer su postura al respecto y las acciones que realiza para lograr un cambio que solucione sus necesidades.

El empoderamiento está relacionado con el poder con la finalidad de resolver una necesidad que les afecta como comunidad o individuo, asimismo, por medio del poder las personas pueden comunicarse con otras personas para escuchar las opiniones de los demás y llegar a un acuerdo por medio de un diálogo o debate en el cual participen todos de manera equitativa, por medio del empoderamiento las personas pueden tener confianza para expresarse y actuar sobre temas que les afectan para lograr el bien común tanto socialmente como individualmente. El empoderamiento ciudadano social en este caso busca lograr un cambio social en beneficio de una comunidad, en otras palabras que un grupo colectivo eleven sus voces para que sus problemas sean escuchados y tomados en cuenta por parte de las autoridades (Jiménez-Munive et al., 2022).

Los autores (Henriquez Pino Santos et al., 2020, pp. 3 y 4) el empoderamiento ciudadano en la comunidad “implica que los ciudadanos sean capaces de tomar el control de su vida y lograr transformaciones sociales beneficiosas para todos los miembros de la comunidad y que puedan tener impacto a nivel micro, meso y macro social”, en este caso se busca el bienestar colectivo, es decir, buscan un problema que les afecta como comunidad para que entre todos los miembros puedan buscar soluciones por medio de acciones y sus voces para que esas situaciones sean visibilizadas y solucionadas por parte de las autoridades.

#### **2.2.14 Empoderamiento Digital:**

En la actualidad al encontrarnos en un mundo cada vez más globalizado las nuevas tecnologías permiten que la información esté al alcance de la ciudadanía, no obstante, se presentan brechas digitales donde no todas las personas pueden acceder a esa información, por esta razón para que exista un empoderamiento digital es necesario eliminar esas barreras por medio de un entorno equitativo donde todas las personas puedan acceder a esa información y dar a conocer sus ideas al resto de individuos, a raíz de esta situación para construir un empoderamiento digital se necesitan de estrategias que contribuyan a ese empoderamiento por medio de una educación dirigida hacia las nuevas tecnología que se presentan para que puedan participar de forma activa en estos espacios (Conde, 2024).

La autora (Ford, 2019, p. 57) señala que el empoderamiento ciudadano en la era digital permite que las personas puedan expresarse por medio de estos nuevos entornos para conseguir un cambio positivo de las necesidades que les afectan:

“El empoderamiento ciudadano generará nuevos liderazgos en el ámbito virtual, quiénes podrán coadyuvar a encarrillar el fervor de las masas para influir en la esfera pública y lograr las transformaciones deseadas. Ese liderazgo es de vital importancia para el resultado que se desee conseguir; liderazgo que puede centrarse en uno o más individuos y serán ellos quienes den la pauta, coordinen acciones y logren dar el salto del mundo online al mundo offline”.

Por su parte el autor (Gil-Quintana, 2021, p. 2) menciona que el empoderamiento digital consiste en “descubrir el acceso a la información, capacidad para generar contenidos en plataformas digitales, comunicarse, masificar y compartir sus ideas con otras personas”, esto quiere decir, que las personas cuentan con espacios digitales que les permiten opinar al respecto de un tema al igual que adquirir nuevos conocimientos de acuerdo a las ideas de los otros usuarios que se encuentran en esos entornos.

### **3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque de Investigación:**

La presente investigación utilizó una metodología mixta que combinó un enfoque cuantitativo para analizar datos como, por ejemplo, el número de publicaciones, las reacciones, los comentarios y las respuestas emitidas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba y un enfoque cualitativo que permitió analizar las respuestas emitidas tanto por los ciudadanos como por la institución para identificar el empoderamiento presente en las redes que maneja la entidad gubernamental. Para los autores (Costa et al., 2020, p. 86) la metodología mixta consiste en analizar tanto cualitativamente como cuantitativamente por medio de:

“Recopila y analiza rigurosamente datos tanto cualitativos como cuantitativos en respuesta a preguntas e hipótesis de investigación, Integra (mezcla o combina) las dos formas de datos y sus resultados. Organiza estos procedimientos en diseños de investigación específicos que proporcionan la lógica y los procedimientos para realizar el estudio, y enmarca estos procedimientos dentro de la teoría y la filosofía”

En otras palabras, por medio de este tipo de metodología se pudo realizar un análisis más profundo con relación a la problemática de estudio que en este caso corresponde a conocer el nivel de empoderamiento ciudadano que se encuentra presente en el GADM de Riobamba para lo cual se realizó un estudio tanto cualitativo como cuantitativo para obtener datos que permitieron demostrar la situación.

#### **3.2 Tipo de Investigación:**

##### **3.2.1 Según la profundidad Descriptiva:**

Se desarrollo una investigación descriptiva debido a que en este caso se conoce el uso que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba en sus distintas redes sociales donde tiene presencia, al igual que la interacción que se encuentra presente en estos espacios por parte de los ciudadanos. Este tipo de investigación consistió en describir como se manifiestan o presentan las situaciones que se quieren dar respuesta como, por ejemplo, acontecimientos o fenómenos para explicar las características del estudio que se está analizando (Vidal Guerrero, 2022).

En este caso, se describió los contenidos que realiza el GADM de Riobamba en sus redes sociales para conocer qué tipo de contenidos genera mayor interacción en las personas y como por medio de esos contenidos se contribuye al empoderamiento ciudadano en estos escenarios digitales, asimismo, se buscó identificar como interactúan los usuarios con respecto a la información recibida.

##### **3.2.2 Según la Profundidad Explicativa**

Al tratarse de una investigación que analiza la información se debe explicar los resultados como en este caso se explicó como por medio de estos contenidos se forma un espacio de interacción que contribuye al empoderamiento ciudadano en los entornos

digitales, para los autores (Ochoa-Pachas & Yunkor-Romero, 2021, p. 98) señalan que la investigación explicativa se clasifica en dos tipos donde en se involucra el investigador y en otra el investigador solo se dedica observar:

“Los estudios explicativos que no tienen intervención son los denominados de evidencia o de influencia y los estudios explicativos donde interviene el investigador pueden ser cuasi experimentales o experimentales. Los diferencian los estadísticos que se utilizan, el control y la manipulación de las variables que forman parte del estudio que pueden ser numéricas o categóricas”

En este caso se empleó una investigación explicativa sin intervención porque en esta problemática se analizó los datos por medio de categorías que permitieron explicar el nivel de empoderamiento presente en las redes sociales del GADM de Riobamba por medio de las publicaciones que se encuentran en cada uno de estos escenarios.

### **3.3 Diseño de Investigación**

#### **3.3.1 Investigación No Experimental:**

Se aplicó un diseño de investigación no experimental porque se observaron y analizaron publicaciones realizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, es decir, se analizaron los hechos que se encontraban presentes en las diferentes redes sociales que utiliza esta institución gubernamental. Los diseños de investigación no experimental se realiza sin la participación del investigador porque en este caso se dedica a observar los fenómenos sin manipular los mismos, además, este diseño cuenta con una clasificación donde se encuentran los estudios descriptivos que estudian diferentes fenómenos del estudio; los estudios causales que en este caso analiza las variables independientes; y los estudios longitudinales que consiste en estudiar a una población en un periodo de tiempo distinto (Mollo, 2023).

Asimismo, por medio de este diseño se estudió la problemática por medio de diferentes categorías y variables que se encontraron presentes en las diferentes publicaciones emitidas por el GADM de Riobamba que permitieron analizar e interpretar los resultados que se obtuvieron del estudio de las diferentes redes sociales, sin la necesidad de interferir en la problemática que se investigó.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos**

#### **3.4.1 Técnicas**

##### **3.4.1.1 Revisión Documental:**

La presente investigación se desarrolló por medio de una revisión documental que permitió obtener conocimientos previos de la problemática de estudio que en este caso consistió en analizar las diferentes publicaciones realizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba en las diferentes redes sociales que utiliza la institución para interpretar los resultados obtenidos e identificar si el empoderamiento ciudadano se encuentra presente en las plataformas digitales que maneja la institución. El

autor (Viana, 2024, p. 10264) indica que la revisión documental “revela la riqueza de perspectivas y enfoques en el estudio de las competencias investigativas, así como la importancia de cuestionar supuestos arraigados y explorar nuevas perspectivas en la enseñanza y el aprendizaje”, esto quiere decir, que por medio de esta revisión se analizaron conceptos para comprender la problemática de estudio y tener un conocimiento previo al respecto.

#### **3.4.1.2 Entrevista:**

La entrevista es una técnica del enfoque cualitativo que permite recolectar información sobre lo que el investigador quiere conocer y por medio de los datos que ha obtenido los interpreta para que por medio de esa información se pueda dar una respuesta a la problemática de estudio, existen diferentes tipos de entrevistas como, por ejemplo, la entrevista estandarizada que se ejecutan siguiendo un orden establecido; la entrevista cuestionario que en este caso se realizan preguntas cuyas respuestas son cerradas, es decir, de si o no; la entrevista de formato libre que es como una conversación en la cual el entrevistador es quien la inicia; la entrevista no estructurada que permite obtener una información más profunda con relación a la perspectiva y la forma de interpretar la problemática por parte del entrevistado; y la entrevista grupal que se realiza a varias personas donde el entrevistador asume el rol de moderador para obtener información sobre la problemática (González-Vega et al., 2022).

A raíz de esta situación en la presente investigación se realizó entrevistas para conocer más sobre el manejo de la comunicación en redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, además, por medio de las entrevistas se pretendió identificar si la institución empleo estrategias digitales para promover el empoderamiento ciudadano en los espacios digitales y a su vez conocer cuál es el procedimiento que utilizaron para responder las inquietudes de las personas, es por eso que se ejecutó una entrevista al community manager del periodo enero a junio de 2025 (Lic. Fernando Flores), a un activista social (Sociólogo Carlos Moreno Arteaga) y a un ciudadano común (Juan Ramon Gonzalez) para ver cómo se ejecutó la comunicación desde la parte interna y externa de la institución.

#### **3.4.1.3 Encuesta**

Se aplicó una encuesta estructurada en modalidad virtual para determinar la frecuencia de consulta de las redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, la cual estuvo destinado a ciudadanos que siguen las redes sociales de la institución gubernamental que interactúen con las publicaciones o que reaccionen al contenido publicado en estos espacios durante el periodo de estudio. Esta técnica tuvo como finalidad medir el empoderamiento ciudadano desde la ciudadanía para identificar si son escuchados, participan y saber si el GADM de Riobamba ofrece una respuesta a las inquietudes de las personas.

Los autores (Sánchez Y Sánchez & Hernández Olvera, 2024, p. 15) indican que por medio del cuestionario “identifican las expectativas ciudadanas, priorizan las problemáticas en el territorio, evalúan su imagen o la aceptación de sus propuestas, miden su intención de voto, entre otras cosas”, como en el caso del presente estudio de identificará la problemática

que corresponde al empoderamiento ciudadano presente en las redes sociales de la institución gubernamental.

Para lo cual se consultó la población de Riobamba en el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) donde se registra una población de 260.882 esta cifra corresponde al año 2022 que se encuentra en el Censo Ecuador Cuenta Conmigo del INEC.

**Datos:**

$$N \text{ (Población)} = 260.882$$

$$Z \text{ (Nivel de Confianza)} = 1,96 \text{ (95\%)}$$

$$p \text{ (Probabilidad de Éxito)} = 0,5$$

$$q \text{ (1 - p)} = 0,5$$

$$e \text{ (Margen de Error)} = 0,05 \text{ (5\%)}$$

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

$$n = \frac{260.882 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(260.882 - 1) \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 155,61$$

$$n = 155$$

En este caso la muestra para las encuestas fue un total de 155 encuestas de acuerdo con la población total que se registró en el INEC de 2022.

### **3.4.2 Instrumentos**

#### **3.4.2.1 Matriz de Análisis de Publicaciones**

Para la presente investigación se optó por emplear una matriz que permitió registrar datos de cada publicación realizada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba en las redes sociales de Instagram, Facebook, TikTok y X, para lo cual se utilizó las siguientes categorías: fecha, número de visualizaciones, reacciones, comentarios, compartidos, el tipo de publicación, la duración, respuesta institucional, número de respuestas a comentarios ciudadanos, el tipo de contenido, el objetivo comunicacional y el número de comentarios positivos y negativos con relación a la información recibida por parte de los usuarios.

## Tabla1

### Matriz de análisis de publicaciones

Fecha	Indicadores							Enlace	Tipo de Contenido	Objetivo Comunicacional	Comentarios Positivos	Comentarios Negativos	Captura de la publicación
	Visualizaciones	Reacciones	Comentarios	Tipo de Publicación	Longitud / Duración de Contenido	Respuestas Institucionales	Respuestas a comentarios de los ciudadanos						
				Video, Imagen, Texto)									

*Nota.* Indicadores para análisis de las publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba

### 3.4.2.2 Cuestionario

Por medio del cuestionario se recolectó la información de los ciudadanos para identificar si participan en estos espacios digitales y medir si existe la presencia del empoderamiento ciudadano en estos entornos digitales, además, por medio de este instrumento se profundizó en la problemática de estudio porque permitió conocer la percepción de los ciudadanos con relación a las publicaciones emitidas por el GADM de Riobamba.

Para el autor (Martínez, 2022, p. 38) el cuestionario como instrumento permite identificar variables que se han establecido en una problemática para poder encontrar soluciones que ayuden a resolver esa problemática:

“Los cuestionarios por su parte consisten en un grupo de preguntas que miden una o más variables que han sido establecidas en la investigación. Las preguntas establecidas pueden ser abiertas o cerradas y su aplicación a través de una llamada telefónica, internet personal”.

#### Estructura del Cuestionario:

**Objetivo:** Conocer el nivel de empoderamiento ciudadano presentes en las redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, por medio de las interacciones a las publicaciones de la institución gubernamental.

#### Seleccione ¿Cuál es su rango de edad?:

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 a 55 años
- 56 años o más

#### ¿Utiliza redes sociales?

- Si

- No

**¿Conoce o sigue alguna red social oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba?**

- Si
- No

**¿En qué red social suele interactuar con mayor frecuencia las publicaciones del GADM de Riobamba?**

- Facebook
- Instagram
- X (Twitter)
- TikTok

**¿Ha interactuado alguna vez con una publicación del GADM de Riobamba, es decir, por medio de un comentario, una reacción o compartiendo el contenido?**

- Sí
- No

**Cuando ha interactuado con una publicación ¿ha recibido respuesta por parte del municipio?**

- Siempre
- Algunas veces
- Rara vez
- Nunca

**¿Considera que las redes sociales del GADM de Riobamba contribuyen a que los ciudadanos puedan expresar sus opiniones o inquietudes sobre temas relacionados con la ciudad?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**Desde su experiencia, ¿cree que los comentarios de los ciudadanos en las redes sociales son tomados en cuenta por el municipio de Riobamba?**

- Sí
- No

**En su opinión, ¿las redes sociales del municipio de Riobamba permiten que los ciudadanos participen más en temas relacionados con la ciudad?**

- Sí
- No

### 3.5 Población de estudio y tamaño de muestra

#### 3.5.1 Población

La población de estudio corresponde a las redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba durante el periodo de enero a junio 2025 en Facebook donde se registraron 964 publicaciones, TikTok donde se registraron 79 publicaciones, Instagram donde se registraron 887 publicaciones y en X se registraron 6 publicaciones correspondientes a ese periodo de tiempo donde la población total sería 1936 publicaciones de las redes sociales mencionadas.

**Tabla2**

*Población de análisis*

<b>Cuadro demostrativo de la población</b>	
<b>Redes Sociales</b>	<b>Número de Publicaciones</b>
Facebook	964
Instagram	887
TikTok	79
X	6
<b>Total</b>	<b>1936</b>

*Nota.* Redes Sociales del Municipio de Riobamba

### 3.6 Hipótesis de ser el caso

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal utiliza los ecosistemas digitales que en este caso son las redes sociales para fomentar el empoderamiento ciudadano por medio de las publicaciones que realiza la institución gubernamental.

### 3.7 Métodos de análisis, y procesamiento de datos

#### 3.7.1 Entrevistas:

**Tabla3**

*Entrevista a Carlos Moreno Arteaga*

<b>N°</b>	1
<b>Fecha</b>	Miércoles 01 de abril de 2026
<b>Nombre del entrevistado</b>	Carlos Moreno Arteaga
<b>Organización o Colectivo</b>	Coordinadora de Organizaciones de Chimborazo
<b>Tiempo de participación social</b>	10 años

*Nota.* Información recolectada por medio de una entrevista en Zoom.

**Tabla4**

*Entrevista a Fernando Flores*

<b>N°</b>	2
<b>Fecha</b>	Viernes 10 de abril de 2026
<b>Nombre del entrevistado</b>	Fernando Flores
<b>Cargo</b>	Community Manager
<b>Plataforma a su cargo</b>	Todas las redes sociales del GADM Riobamba como son Facebook, Instagram, X y TikTok

*Nota.* Información recolectada por medio de una entrevista presencial.

**Tabla5**

*Entrevista a Juan Ramon González*

<b>N°</b>	3
<b>Fecha</b>	Miércoles 29 de abril de 2026
<b>Nombre del entrevistado</b>	Juan Ramon Gonzalez
<b>Edad</b>	56
<b>Ocupación</b>	Productor de Cine y Televisión

*Nota.* Información recolectada por medio de una entrevista presencial.

## 4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Análisis de la Matriz de Publicaciones

#### 4.1.1 Análisis por Redes Sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba

**Tabla6**

*Análisis de Facebook*

Facebook	
Indicadores	Total
Número de publicaciones	964
Visualizaciones	1802400
Reacciones	71849
Comentarios	14513
Compartidos	85999

*Nota.* Información tomada de las publicaciones del GADM de Riobamba en la red social de Facebook.

En la red social de Facebook del GADM de Riobamba se registraron 964 publicaciones, en las cuales se obtuvieron 1'802.400 visualizaciones, 71.849 reacciones, 14.513 comentarios y 85999 compartidos durante el periodo de enero a junio de 2025.

**Tabla7**

*Análisis de Instagram*

Instagram	
Indicadores	Total
Número de publicaciones	887
Visualizaciones	3400408
Reacciones	91103
Comentarios	925
Compartidos	2180

*Nota.* Información tomada de las publicaciones del GADM de Riobamba en la red social de Instagram.

En la red social de Instagram del GADM de Riobamba se registraron 887 publicaciones pertenecientes a los meses de enero a junio de 2025, a través de las cuales se obtuvieron 3'400.408 visualizaciones, 91.103 reacciones, 925 comentarios y 2.108 compartidos que se contabilizaron en las publicaciones emitidas en ese periodo.

## Tabla8

### *Análisis de TikTok*

TikTok	
Indicadores	Total
Número de publicaciones	79
Visualizaciones	3531103
Reacciones	21952
Comentarios	1115
Compartidos	4978

*Nota.* Información tomada de las publicaciones del GADM de Riobamba en la red social de TikTok.

En la red social de TikTok del GADM de Riobamba se registraron 79 publicaciones emitidas en los meses de enero a junio de 2025 donde se contabilizaron 3'531.103 visualizaciones, 21.952 reacciones, 1.115 comentarios y 4.978 compartidos en las publicaciones emitidas durante ese periodo en TikTok.

## Tabla9

### *Análisis de X*

X	
Indicadores	Total
Número de publicaciones	6
Visualizaciones	11432
Reacciones	83
Comentarios	27
Compartidos	27

*Nota.* Información tomada de las publicaciones del GADM de Riobamba en la red social de TikTok.

En la red social de X del GADM de Riobamba se registraron seis publicaciones emitidas en los meses de enero a junio de 2025 donde se contabilizaron 11.432 visualizaciones, 83 reacciones, 27 comentarios y 27 compartidos durante las publicaciones ejecutadas por la institución en ese periodo.

#### **4.1.2 Interacción en las Redes Sociales Analizadas**

**Tabla10***Interacción total de las redes sociales del GADM de Riobamba*

<b>Plataforma Digital</b>	<b>Interacción Total</b>
<b>Facebook</b>	94.961
<b>Instagram</b>	94.208
<b>TikTok</b>	28.045
<b>X</b>	137

*Nota.* Información tomada de la matriz de análisis de las publicaciones emitidas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba en las redes sociales de Facebook, Instagram, TikTok y X.

Por medio de este análisis se puede constatar que la red social con mayor interacción es Facebook puesta que presenta un nivel más alto con 94.961 interacciones, seguido de la red social de Instagram con 94.208 interacciones y TikTok con 28.045 interacciones. En cambio, la red social de X presenta un nivel más bajo de interacción en este espacio digital con un total de 137 interacciones lo que demuestra que en esta red social existe una menor participación ciudadana por parte de los usuarios. En este caso se evidencia una diferencia grande entre la red social de Facebook y X debido a que las cantidades son demasiado alejadas lo que se puede concluir que en la red social de Facebook se presenta una mayor participación por parte de los ciudadanos a diferencia de la red social de X que registra una menor participación por parte de la audiencia.

#### **4.1.3 Promedios por Publicación en las Diferentes Redes Sociales del GADM de Riobamba**

**Tabla11***Promedios*

<b>Plataforma Digital</b>	<b>Promedio de Reacciones</b>	<b>Promedio de Comentarios</b>	<b>Promedio de Compartidos</b>	<b>Promedio de Interacción</b>
<b>Facebook</b>	74,53	15,05	8,92	98,51
<b>Instagram</b>	102,71	1,04	2,46	106,21
<b>TikTok</b>	277,87	14,11	63,01	355
<b>X</b>	13,83	4,5	4,5	22,83

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

Por medio de la presente tabla se puede identificar que a pesar de que la red social de Facebook presenta un mayor número de interacciones, al analizar el promedio por publicaciones en las cuatro redes sociales utilizadas para el presente estudio se puede evidenciar que la red social de TikTok evidencia un mayor nivel de interacción con un promedio de 355 por publicación después le sigue Instagram con 106,21 y Facebook con

98,51. Por el contrario la red social de X presenta un promedio menor de interacción con un valor de 22,83 por publicación, en este caso se evidencia una diferencia significativa entre la red social de TikTok y X debido a que las cantidades son muy diferentes entre sí.

#### 4.1.4 Análisis por Tipo de Contenido

**Tabla12**

*Tipo de contenidos totales de Facebook*

Tipo de Contenido	Reacciones	Comentarios	Compartidos	Interacción
<b>Comunicado</b>	45909	8657	5073	59639
<b>Convocatoria</b>	5583	776	1319	7678
<b>Obras</b>	18766	4896	1875	25537
<b>Turismo</b>	1426	166	293	1885
<b>Trámites</b>	165	18	39	222

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

**Tabla13**

*Promedio de los tipos de contenido de Facebook*

Tipo de Contenido	Número de Publicaciones	Interacción	Promedio
<b>Comunicado</b>	602	59639	99,07
<b>Convocatoria</b>	139	7678	55,24
<b>Obras</b>	199	25537	128,33
<b>Turismo</b>	18	1885	104,72
<b>Trámites</b>	6	222	37

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, los contenidos de tipo “Comunicado” son los más frecuentes, ya que presentan una interacción de 59.639 por cada publicación de este tipo de contenido; seguido de los contenidos de tipo “Obras” con una interacción de 25.537; luego el tipo de contenido “Convocatoria” con una interacción de 7.678; después el tipo de contenido “Turismo” con una interacción de 1.885; y, finalmente, el tipo de contenido “Trámites” con una interacción de 222, lo que demuestra que la institución optó por contenidos más de tipo comunicado para llegar a la audiencia. En cambio, al analizar los promedios como se observa en la Tabla 12 que los tipos de contenidos de “Obras” generan una mayor interacción con un promedio de 128,33; seguido de “Turismo” con un promedio de 104,72; después “Comunicado” con un promedio de 99,07, luego “Convocatoria” con un promedio de 55,24; y, finalmente, “Trámites” con un promedio de 37, lo que evidencia que los contenidos de tipo “Obras”

generan una mayor respuesta por parte de la audiencia a diferencia de los contenidos de “Trámites” que no son tan efectivos en la audiencia.

**Tabla14**

*Tipo de contenidos totales de X*

Tipo de Contenido	Reacciones	Comentarios	Compartidos	Interacción
<b>Convocatoria</b>	3	3	0	6
<b>Obras</b>	80	24	27	131

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

**Tabla15**

*Promedio de los tipos de contenido de X*

Tipo de Contenido	Número de Publicaciones	Interacción	Promedio
<b>Convocatoria</b>	3	6	2
<b>Obras</b>	3	131	43,67

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

La red social de X del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba presenta contenidos frecuentes de tipo “Obras” con 131 interacciones, en cambio, el tipo de contenido “Convocatoria” presenta una interacción menor con un total de 6. Por su parte la Tabla 14 con relación a los promedios el tipo de contenido “Obras” presenta un promedio mayor de 43,67 a diferencia del contenido de tipo “Convocatoria” que presenta un promedio menor de 2.

**Tabla16**

*Tipos de contenidos totales de TikTok*

Tipo de Contenido	Reacciones	Comentarios	Compartidos	Interacción
<b>Obras</b>	2756	260	424	3440
<b>Cultura</b>	770	4	166	940
<b>Gastronomía</b>	179	3	11	193
<b>Comunicado</b>	5424	490	1879	7793
<b>Convocatoria</b>	4958	109	1720	6787
<b>Turismo</b>	7718	237	741	8696
<b>Trámites</b>	147	12	37	196

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

**Tabla17***Promedio de los contenidos de TikTok*

Tipo de Contenido	Número de Publicaciones	Interacción	Promedio
Obras	30	3440	114,67
Cultura	1	940	940
Gastronomía	2	193	96,5
Comunicado	20	7793	389,65
Convocatoria	14	6787	484,79
Turismo	10	8696	869,6
Trámites	2	196	98

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de TikTok del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba el contenido de tipo “Turismo” genera mayor interacción por parte de la audiencia con un total de 8696, seguido del contenido de tipo “Comunicado” con una interacción de 7.793, después el contenido de “Convocatoria” con una interacción de 6.787, luego el contenido de “Obras” con una interacción de 3.440, luego el contenido de “Cultura” con una interacción de 940, luego el contenido de trámites con una interacción de 196 y el contenido que menor interacción genera en la audiencia es de “Gastronomía” con una interacción de 193. Por su parte la Tabla 16 que corresponde a los promedios el contenido de tipo “Cultura” presenta un promedio de mayor eficiencia con un total de 940; seguido del contenido de “Turismo” con un promedio de 869,6; después el contenido de tipo “Convocatoria” con un promedio de 484,79; luego el contenido de tipo “Comunicado” con un promedio de 389,65; luego el contenido de tipo “Obras” con un promedio de 114,67; luego el contenido de “Trámites” con un promedio de 98; a diferencia del contenido de tipo “Gastronomía” que presenta un promedio menor con relación a los otros tipos de contenidos con un promedio de 96,5; lo que refleja que este tipo de contenido no tiene mucha eficiencia en la audiencia.

**Tabla18***Tipos de contenidos totales de Instagram*

Tipo de Contenido	Reacciones	Comentarios	Compartidos	Interacción
Comunicado	49949	339	394	50682
Convocatoria	7451	95	268	7814
Turismo	18236	354	1420	20010
Obras	15235	136	92	15463
Trámites	129	1	6	136
Gastronomía	103	0	0	103

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

**Tabla19**

*Promedios de los contenidos de Instagram*

<b>Tipo de Contenido</b>	<b>Número de Publicaciones</b>	<b>Interacción</b>	<b>Promedio</b>
<b>Comunicado</b>	578	50682	87,69
<b>Convocatoria</b>	102	7814	76,61
<b>Turismo</b>	27	20010	741,11
<b>Obras</b>	169	15463	91,50
<b>Trámites</b>	7	136	19,43
<b>Gastronomía</b>	4	103	25,75

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de Instagram del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, el contenido de tipo “Comunicado” genera una mayor aceptación por parte de la audiencia con una interacción de 50.682, seguido del contenido de tipo “Turismo” con una interacción de 20.010, luego el contenido de tipo “Obras” con una interacción de 15.463, después el contenido de tipo “Convocatoria” con una interacción de 7.814, luego el contenido de tipo “Trámites” con una interacción de 136, a diferencia del contenido de tipo “Gastronomía” que presenta una interacción menor con un total de 103 por parte de la audiencia. Por su parte la Tabla 18 que corresponde a los promedios en esta red social el contenido con una mayor eficiencia en cuanto a promedios es el de tipo de “Turismo” con un promedio de 741,11; seguido del contenido de tipo “Obras” con un promedio de 91,50; después el contenido de tipo “Comunicado” con un promedio de 87,69; luego el contenido de tipo “Convocatoria” con un promedio de 76,61; luego el contenido de “Gastronomía” con un promedio de 25,75; y el contenido que menor promedio presenta es el de tipo “Trámites” con un promedio de 19,43.

**Tabla20**

*Análisis general de todas las redes sociales*

<b>Tipo de Contenido</b>	<b>Interacción Total</b>	<b>Número de Publicaciones</b>	<b>Promedio</b>
<b>Comunicado</b>	118114	1200	98,43
<b>Convocatoria</b>	22285	258	86,38
<b>Obras</b>	44571	401	111,15
<b>Turismo</b>	30591	55	556,2
<b>Trámites</b>	554	15	36,93
<b>Cultura</b>	940	1	940
<b>Gastronomía</b>	296	6	49,33

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

El contenido de tipo “Turismo” presenta un mayor promedio con un total de 556,2; a diferencia del contenido de tipo “Trámites” que presenta un promedio menor de 36,93 a diferencia de los otros contenidos. El contenido que genera una mayor participación en este caso es el de tipo de contenido de “Comunicado” debido a que presenta una interacción de 118.114 intervenciones por parte de la audiencia, no obstante, en cuanto a eficiencia que en este caso se mide por medio del promedio el contenido que mayor participación genera es el de tipo “Turismo” con un promedio de 556,2.

#### **Tabla21**

*Comparación de todas las redes sociales*

<b>Tipo de Contenido</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>TikTok</b>	<b>X</b>
<b>Comunicado</b>	99,07	87,69	389,65	0
<b>Convocatoria</b>	55,24	76,61	484,79	2
<b>Obras</b>	128,33	91,50	114,67	43,67
<b>Turismo</b>	104,72	741,11	869,6	0
<b>Trámites</b>	37	19,43	98	0
<b>Cultura</b>	0	0	940	0
<b>Gastronomía</b>	0	25,75	96,5	0

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la Tabla 20 sobre la comparación de todas las redes sociales se puede visualizar que el tipo de contenido “Obras” presenta una mayor interacción en las redes sociales de Facebook y X con un porcentaje de 128,33 y 43,67; en cambio, en la red social de Instagram el contenido que mayor interacción genera en la audiencia es el de “Turismo” con un porcentaje de 741,11; y, finalmente, en la red social de TikTok el contenido que mayor interacción presenta es el de tipo “Cultura” con un promedio de 940. Por otro lado, los contenidos que menos interacción presentan en las cuatro redes sociales analizadas que en este caso corresponden a Facebook, Instagram, TikTok y X son los contenidos de tipo “Trámites y Gastronomía” lo que evidencia que estos tipos de contenido no son bien recibidos por parte de los usuarios.

#### **4.1.5 Análisis de Comentarios**

**Tabla22***Análisis de comentarios en Facebook*

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Promedio</b>
<b>Comentarios Positivos</b>	3527	32,14%
<b>Comentarios Negativos</b>	7447	67,86%
<b>Total</b>	10974	100%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de Facebook de la cuenta oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, se puede visibilizar que los comentarios que predominan en las publicaciones analizadas de enero a junio de 2025 en este caso son los comentarios negativos con un 67,86% a diferencia de los positivos que presentan un porcentaje de 32,14%, esto demuestra que la ciudadanía participa por medio de los comentarios, pero en la mayoría de los comentarios se tratan de comentarios negativos en contra de las publicaciones y de la institución gubernamental.

**Tabla23***Análisis de comentarios en X*

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Promedio</b>
<b>Comentarios Positivos</b>	8	34,78%
<b>Comentarios Negativos</b>	15	65,22%
<b>Total</b>	23	100%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de X de la cuenta oficial del GADM de Riobamba, se puede identificar que los comentarios que predominan en las publicaciones de enero a junio de 2025 son comentarios negativos con un 65,22% a diferencia de los comentarios positivos que cuentan con un porcentaje de 34,78%, lo cual demuestra que las publicaciones emitidas por la institución gubernamental presentan participación ciudadana por parte de los usuarios, no obstante, la mayoría de las opiniones es en contra de las publicaciones y de las gestiones de la institución.

**Tabla24***Análisis de comentarios en TikTok*

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Promedio</b>
<b>Comentarios Positivos</b>	197	21,34%
<b>Comentarios Negativos</b>	726	78,66%
<b>Total</b>	923	100%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de TikTok de la cuenta oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, se puede observar que los comentarios que predominan en las publicaciones de enero a junio de 2025 se tratan de comentarios negativos, debido a que presentan un porcentaje de 78,66% a diferencia de los comentarios positivos que presentan un porcentaje menor con un total de 21,34%, esto demuestra que existe la presencia de participación ciudadana por parte de los usuarios en esta red social, sin embargo, la mayoría de las opiniones emitidas por las personas a las publicaciones se tratan de críticas, quejas en contra de las gestiones de la institución y muy pocos comentarios que apoyan al contenido de la publicación y a la gestión de la entidad gubernamental.

**Tabla25**

*Análisis de comentarios en Instagram*

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Promedio</b>
<b>Comentarios Positivos</b>	559	67,84%
<b>Comentarios Negativos</b>	265	32,16%
<b>Total</b>	824	100%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de Instagram del GADM de Riobamba, se puede evidenciar que las publicaciones emitidas por la institución gubernamental en los meses de enero a junio de 2025 presentan más comentarios positivos que negativos, debido a que el 67,84% corresponde a comentarios positivos, mientras que el 32,16% corresponde a comentarios negativos emitidos por parte de la audiencia. En esta red social predominan más comentarios positivos que negativos a diferencia de las otras redes sociales analizadas, además, se puede identificar la presencia de la participación ciudadana por medio de los comentarios en las publicaciones y en este caso la mayoría de los comentarios eran apoyando a la gestión de la entidad gubernamental.

**Tabla26**

*Análisis general de los comentarios*

<b>Tipo de Comentario</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Comentarios Positivos</b>	4291	33,67%
<b>Comentarios Negativos</b>	8453	66,33%
<b>Total</b>	12744	100%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

La Tabla 26 demuestra un análisis general de todos los comentarios de las redes sociales analizadas como son Facebook, Instagram, TikTok y X donde se puede observar que existe un predominio de comentarios negativos con un 66,33% a diferencia de los

comentarios negativos que presentan un porcentaje de 33,67%, esto refleja la presencia de una participación ciudadana por medio de los comentarios en las publicaciones emitidas por el GADM de Riobamba, en este caso la mayoría de los comentarios demuestran un empoderamiento ciudadano que opina, crítica, presenta quejas y problemas para que la institución gubernamental las tome en cuenta.

#### 4.1.6 Análisis de Respuesta Institucional

**Tabla27**

*Análisis de respuesta institucional en Facebook*

Categoría	Total	Porcentaje
<b>Comentarios Totales</b>	14513	100%
<b>Respuesta Institucional</b>	68	0,47%
<b>No hay respuesta institucional</b>	14445	99,53%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

La red social de Facebook, presenta un bajo nivel de interacción por parte del GADM de Riobamba debido a que se registra un porcentaje de 0,47% de respuestas por parte de la institución hacia los comentarios de los ciudadanos, en este caso se presenta una comunicación unidireccional donde la institución solo publica los contenidos y no brinda una respuesta a las inquietudes de la audiencia, lo cual da como reputado que exista una limitación en cuanto al dialogo que debe existir con la ciudadanía.

**Tabla28**

*Análisis de respuesta institucional en X*

Categoría	Total	Porcentaje
<b>Comentarios Totales</b>	27	100%
<b>Respuesta Institucional</b>	21	3,70%
<b>No hay respuesta institucional</b>	26	96,30%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

La red social de X, presenta un bajo nivel de interacción por parte de la entidad gubernamental debido a que se registra un porcentaje del 3,70% de las respuestas que ha emitido la institución hacia los ciudadanos, esto demuestra que en esta red social permanece una comunicación unidireccional donde la institución solamente publica los contenidos y no emite respuestas a las inquietudes de los ciudadanos, a raíz de esta situación se presenta una limitación del empoderamiento ciudadano porque no existe un dialogo entre la institución y los usuarios.

**Tabla29***Análisis de respuesta institucional en TikTok*

<b>Categoría</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Comentarios Totales</b>	1115	100%
<b>Respuesta Institucional</b>	1	0,09%
<b>No hay respuesta institucional</b>	1114	99,91%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En el caso de la red social de TikTok es la red que menos respuestas institucionales ha brindado a los comentarios de los ciudadanos debido a que se registra un porcentaje del 0,09%, esto da como resultado que la institución mantiene una comunicación unidireccional en esta red social debido a que la institución no genera una interacción con la audiencia por medio de los comentarios, lo cual da como resultado que no exista un empoderamiento ciudadano debido a que no existe un dialogo entre la institución y los ciudadanos.

**Tabla30***Análisis de respuesta institucional en Instagram*

<b>Categoría</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Comentarios Totales</b>	925	100%
<b>Respuesta Institucional</b>	14	1,51%
<b>No hay respuesta institucional</b>	911	98,49%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

En la red social de Instagram se presenta un bajo nivel de interacción por parte de la institución gubernamental debido a que se evidencia un porcentaje del 1,51% de los comentarios que realizó la institución hacia los usuarios, esto demuestra que en esta red social la entidad gubernamental mantiene una comunicación unidireccional donde la institución solo publica contenidos, pero no interactúa con la audiencia, lo cual limita la presencia del empoderamiento ciudadano en este espacio digital debido a que el dialogo en esta red social es casi nulo.

**Tabla31***Análisis general de respuesta institucional*

Red Social	Porcentaje
Facebook	0,47%
X	3,70%
TikTok	0,09%
Instagram	1,51%

*Nota.* Información tomada en base a las matrices de publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba.

A nivel general se puede constatar que existe una respuesta institución limitada en todas las redes sociales debido a que los porcentajes son inferiores al 10%, en el caso de la red social de X presenta un porcentaje mayor a nivel de respuesta con un 3,70%, a diferencia de las otras redes sociales como son Facebook, Instagram y TikTok que presentan valores menores del 2%, esto da como resultado que la comunicación digital que ofrece el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba se caracteriza por una comunicación unidireccional debido a que los ciudadanos no obtienen respuestas a sus inquietudes y la institución gubernamental solo se limita a publicar contenidos sin tomar en cuenta las opiniones de los usuarios, a raíz de esta situación se presenta una limitación con relación a los procesos de participación y el empoderamiento ciudadano presente en estos ecosistemas digitales.

#### 4.2 Análisis de las Entrevistas Desarrolladas

**Tabla32***Cuadro comparativo de las entrevistas*

Categoría	Carlos Moreno Artega (Sociólogo)	Fernando Flores (Community Manager)	Juan Ramon Gonzalez (Ciudadano Común)
<b>Uso de redes sociales</b>	Utiliza la red social de Facebook y en algunas ocasiones TikTok	Utilizaron las redes sociales como son: Facebook, Instagram, X y TikTok, no obstante, priorizan TikTok.	Utiliza las redes sociales como son: Facebook, Instagram, YouTube y TikTok, pero en el caso del Municipio la red social de Facebook.
<b>Acceso a la información</b>	Considera que las redes sociales sí facilitan el acceso a	Señala que el objetivo principal durante el periodo	Indica que la comunicación institucional no es

	la información, aunque de manera desigual, debido a que los jóvenes tienen mayor acceso a los entornos digitales.	analizado fue difundir información relacionada con obras públicas, gestión ambiental y actividades festivas.	adecuada porque percibe que los contenidos carecen de claridad y se orientan más a la promoción que a la información útil para la ciudadanía.
<b>Interacción digital</b>	Señala que no existe un verdadero espacio de interacción debido a que la comunicación es de carácter informativo, por lo cual carece de diálogo y respuesta por parte de la institución, asimismo, prefiere no participar debido a la falta de respuesta y a las reacciones que se puede generar.	Indica que se procura mantener un proceso de retroalimentación con la ciudadanía, donde las solicitudes de los ciudadanos se trasladan a los departamentos correspondientes para su atención, asimismo, las consultas más frecuentes estuvieron relacionados con el mantenimiento vial y recolección de residuos.	Menciona que ha interactuado en las plataformas digitales del municipio, no obstante, no ha recibido respuesta a sus inquietudes.
<b>Participación ciudadana</b>	Indica que no se trata de un espacio real de participación porque la comunicación institucional es unidireccional, por lo cual considera que, para fomentar la participación, el municipio debería promover espacios efectivos de diálogo.	Señala que se promueve la participación a través de herramientas como encuestas en redes sociales, así como comentarios en publicaciones y transmisiones en vivo donde los usuarios puedan interactuar.	Cree que no existe una participación real debido a que percibe que la interacción en redes sociales está influenciada por actores vinculados a la institución, lo que limita la expresión ciudadana.

<p><b>Respuesta institucional</b></p>	<p>Menciona que utiliza estas plataformas para consultas, no obstante, las respuestas son escasas y en algunos casos, se limitan a reacciones institucionales o confrontaciones entre usuarios.</p>	<p>Informa que la institución cuenta con protocolos de atención que consisten en la recepción, revisión y traslado de mensajes a las áreas responsables, con el fin de generar respuestas a las inquietudes ciudadanas.</p>	<p>Manifiesta que no ha obtenido respuestas por parte del municipio ante sus consultas o comentarios en redes sociales.</p>
<p><b>Empoderamiento ciudadano</b></p>	<p>Considera que es limitado porque el contenido publicado no promueve interacción ni diálogo, por esta razón señala que se podría fortalecer si las redes sociales funcionaran como espacios abiertos para la opinión y participación ciudadana.</p>	<p>Señala que existe involucramiento ciudadano cuando las publicaciones abordan temas de interés común porque estas generan mayor interacción debido a su visibilidad dentro de los algoritmos de las plataformas digitales.</p>	<p>Reconoce que la opinión ciudadana tiene valor, pero percibe que en estos espacios predominan mensajes de apoyo hacia la gestión institucional más que un diálogo abierto.</p>
<p><b>Limitaciones</b></p>	<p>Identifica la ausencia de diálogo real y participación porque las publicaciones se limitan a informar sin generar interacción, además, informa que una debilidad es sobreestimar el alcance de las redes sociales como medio de llegada a toda la población.</p>	<p>Considera que la principal dificultad es el tiempo de respuesta debido a que algunas solicitudes requieren procesos internos que impiden una atención inmediata.</p>	<p>Señala que existe deficiencias en la comunicación institucional, identificando la falta de contenidos claros y objetivos, así como la ausencia de espacios efectivos de diálogo con la ciudadanía.</p>

<b>Propuestas</b>	Propone mejorar la segmentación de las audiencias, fortalecer la calidad de la información difundida y desarrollar mecanismos que promuevan una participación ciudadana más activa, basada en el diálogo y la escucha.	Propone fortalecer la participación ciudadana mediante contenidos que incentiven la opinión pública, lo que permite que los ciudadanos se involucren y se perciban como parte de la toma de decisiones.	Considera que la administración actual no muestra apertura al diálogo, ni disposición para escuchar a la ciudadanía.
-------------------	--	---	--

*Nota.* Información tomada de las entrevistas realizadas.

#### **4.2.1 Análisis del Cuadro Comparativo de las Entrevistas**

En relación con la interacción digital, los entrevistados coinciden en que las redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba permiten un cierto nivel de contacto entre la institución y la ciudadanía, sin embargo, se evidencian diferencias en cuanto al empoderamiento en los espacios digitales, por ejemplo, en el caso del community manager señala que existen mecanismos de respuestas, pero tanto el sociólogo como el ciudadano manifiestan que la interacción en estos espacios es limitada y no siempre se obtiene una respuesta a las inquietudes de los ciudadanos, esto permite concluir que existen canales digitales, pero no logran ser espacios de diálogo, es decir, no se presenta una comunicación bidireccional que permita la interacción de la institución con la ciudadanía.

Por su parte en la categoría de participación ciudadana, se observa que, desde la perspectiva institucional, se promueven mecanismos como encuestas y transmisiones en vivo para incentivar la interacción ciudadana en estos entornos virtuales, no obstante, el sociólogo considera que la participación es limitada debido a la comunicación unidireccional que se presenta en las plataformas digitales del municipio de Riobamba, por su parte el ciudadano considera que estos espacios no garantizan una participación, lo cual evidencia una brecha entre la intención institucional de promover la participación ciudadana y la falta de dialogo que se presenta en las publicaciones.

Con relación al empoderamiento ciudadano, los resultados muestran posturas diferenciadas, por ejemplo, el community manager percibe que se presenta un cierto nivel de involucramiento ciudadano cuando las publicaciones generan interés, mientras que el sociólogo sostiene que es limitado porque se presenta una falta de interacción real, es decir, no existe un dialogo entre la institución y los ciudadanos, asimismo, el ciudadano reconoce que la opinión es necesaria, pero considera que estos espacios han perdido la participación de la audiencia, en este caso, se puede concluir que la interacción en estos ecosistemas digitales no garantiza un proceso de empoderamiento ciudadano, sino que en la mayoría de

los casos las personas solo se limitan a informarse sin opinar al respecto o si lo hacen es por medio de reacciones donde no dan a conocer su punto de vista.

En cuanto a la respuesta institucional, el community manager sostiene que existen protocolos establecidos para responder las inquietudes de los ciudadanos, no obstante, tanto el sociólogo como el ciudadano coinciden en que las respuestas a las inquietudes de las personas son escasas.

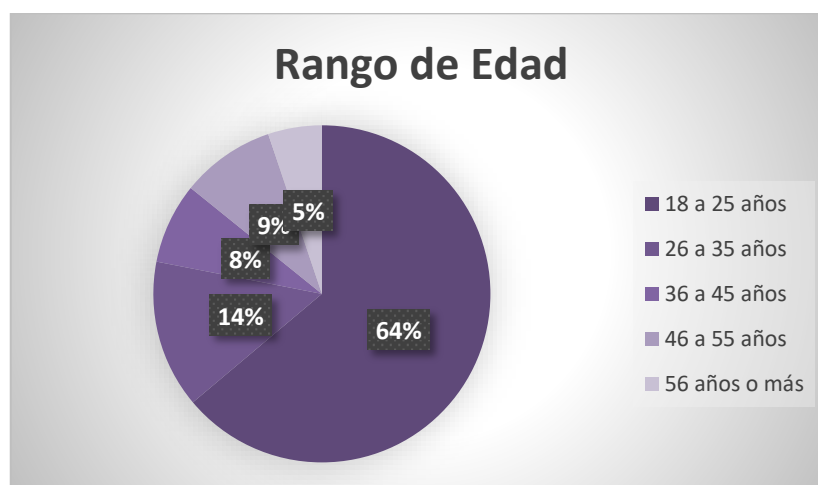
Los entrevistados coinciden que existen limitaciones con relación a la gestión de las redes sociales institucionales, por ejemplo, la más mencionada la falta de dialogo debido a que se presenta una interacción escasa, además, que los tiempos para responder a las inquietudes de los ciudadanos no se realizan de forma inmediata, sino que requiere de tiempo para solventar esas dudas, lo cual limita el potencial de estos entornos digitales como espacios de participación.

Por su parte los entrevistados señalan la necesidad de fortalecer la comunicación institucional por medio de contenidos más claros, estrategias de segmentación de audiencia para que llegue a todos los sectores y a su vez que los contenidos motiven a una interacción real entre la institución y los ciudadanos.

### 4.3 Análisis de las Encuestas

#### Figura 1

*Seleccione ¿Cuál es su rango de edad?*



*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

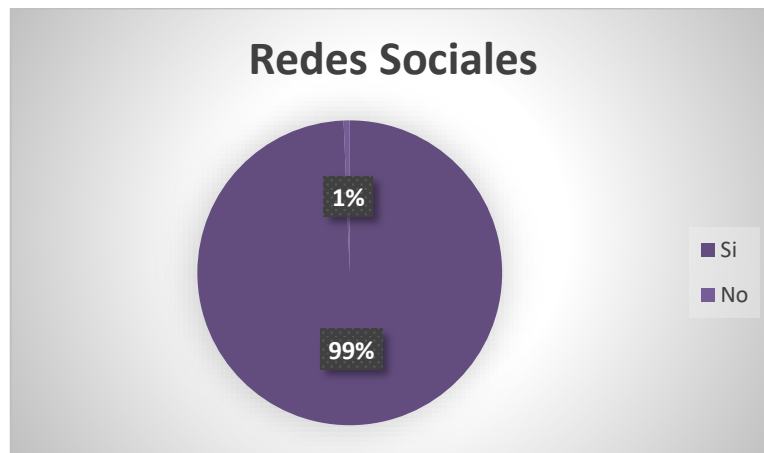
La figura 1 demuestra que, el 64% de las personas encuestadas corresponde al rango de 18 a 25 años que en este caso es el grupo de edad con mayor participación dentro de la presente investigación, mientras que el 5% pertenece al grupo de 56 años o más lo que da como resultado un porcentaje menor con relación a la participación de personas adultas, los resultados reflejan que se presenta una mayor participación por parte de la población joven debido a que este grupo se encuentra más activo en las plataformas digitales, en cambio, las personas adultas no utilizan mucho estos entornos digitales aunque son personas que

necesitan interactuar con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba para buscar soluciones a sus problemas.

A raíz de esta situación, se tomó en cuenta estos rangos de edad que van desde personas jóvenes hasta personas adultas para mirar las perspectivas de cada grupo con relación al empoderamiento ciudadano que se presenta en estos entornos digitales, esto debido a que mientras un grupo conoce de estos espacios, otros necesitan que sus problemas sean escuchados para encontrar soluciones a sus inquietudes, en otras palabras, estos rangos de edad evidencian la interacción con la entidad gubernamental que se presenta en estos ecosistemas digitales.

**Figura2**

*¿Utiliza redes sociales?*

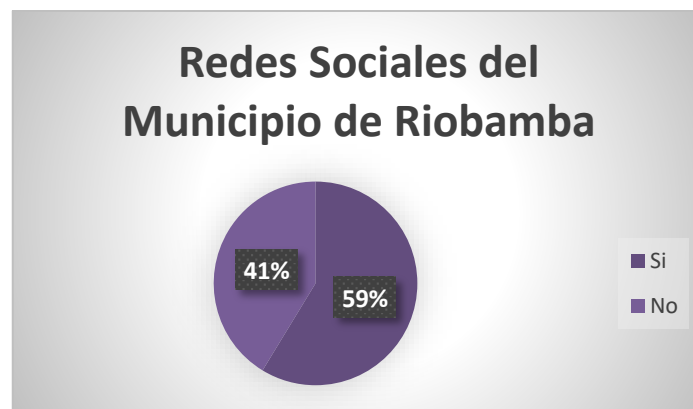


*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

La figura 2 evidencia que, el 99% de los encuestados mencionó que, si utiliza redes sociales, por el contrario, el 1% que corresponde a una persona manifestó que no hace uso de estas plataformas digitales, esto da como resultado que las personas encuestadas si utilizan estos espacios ya sea para informarse o entretenerse.

**Figura3**

*¿Conoce o sigue alguna red social oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba? Instrucción: En ambos casos, continúe con el cuestionario*



*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

De las 155 personas encuestadas, el 59% indicó que sigue alguna red oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, mientras que el 41% señaló que no sigue ninguna red social, estos resultados demuestran que la mayoría de los ciudadanos reconocen las redes sociales oficiales del Municipio de Riobamba, lo que significa que la difusión de la información por medio de estos entornos digitales llega a la mayoría de las personas, por su parte, el porcentaje de personas que no conocen las redes sociales que utiliza el municipio evidencia que la comunicación institucional no llega a todos los sectores, lo que demuestra que se presenta una brecha que hace que la información no llegue a todos los públicos objetivos.

#### **Figura4**

*¿En qué red social interactúa con mayor frecuencia con las publicaciones del GADM Riobamba?*

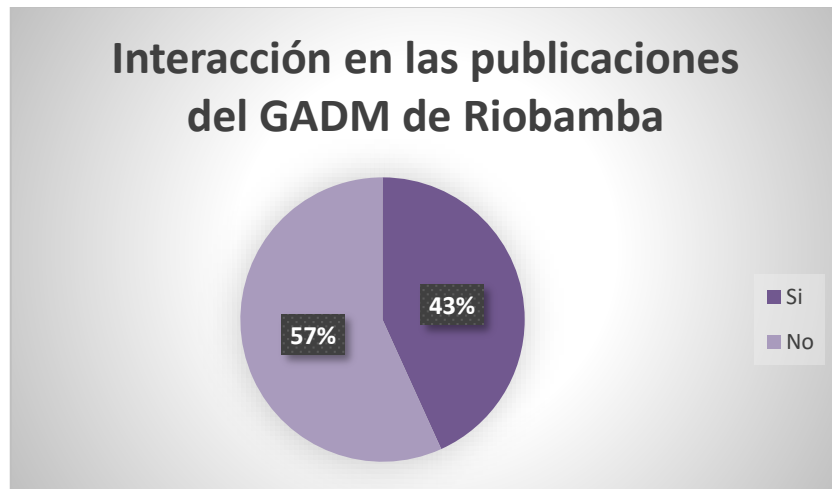


*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

La figura 4 evidencia que, Facebook es la red social con mayor interacción por parte de los ciudadanos con relación a las publicaciones emitidas por el GADM de Riobamba debido a que presenta un porcentaje de 64%, seguido de la red social de TikTok con el 25%, lo que indica que estas redes sociales son los canales con mayor interacción entre la institución y la ciudadanía, mientras que las redes sociales de Instagram y TikTok son las que tienen menor participación entre las personas encuestadas con porcentajes menores de 10% y 1%, lo que significa que en estas redes los ciudadanos presentan un menor interés hacia los contenidos emitidos por el Municipio de Riobamba.

**Figura5**

*¿Ha interactuado alguna vez con una publicación del GADM de Riobamba, es decir, por medio de un comentario, una reacción o compartiendo el contenido?*

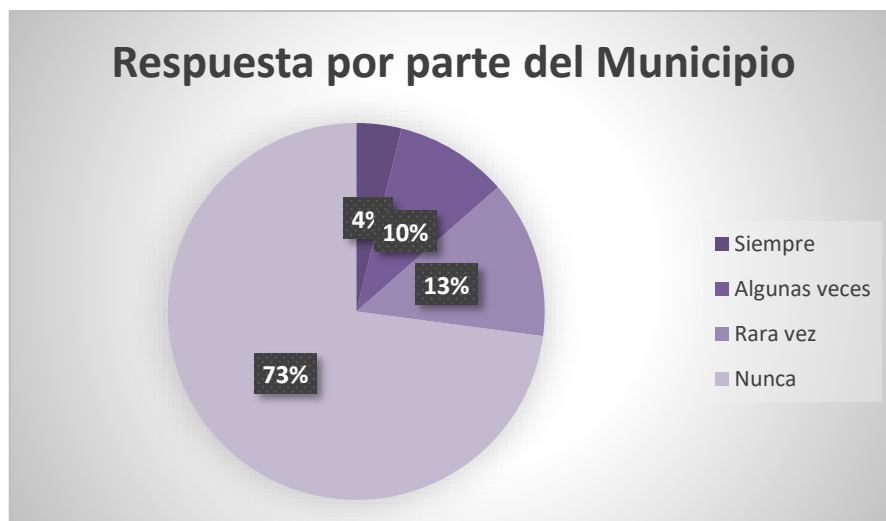


*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

De las 155 personas encuestadas, el 57% de las personas encuestadas no interactúa en las publicaciones que emite el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, lo cual refleja un nivel bajo de interacción, es decir, que se trata más de una audiencia pasiva que solo consume la información, pero no emite un comentario u opinión al respecto, en cambio, el 43% de los encuestados si ha interactuado con los contenidos que publica el municipio de Riobamba a través de los comentarios.

**Figura6**

*Cuando ha interactuado con una publicación ¿ha recibido respuesta por parte del municipio?*

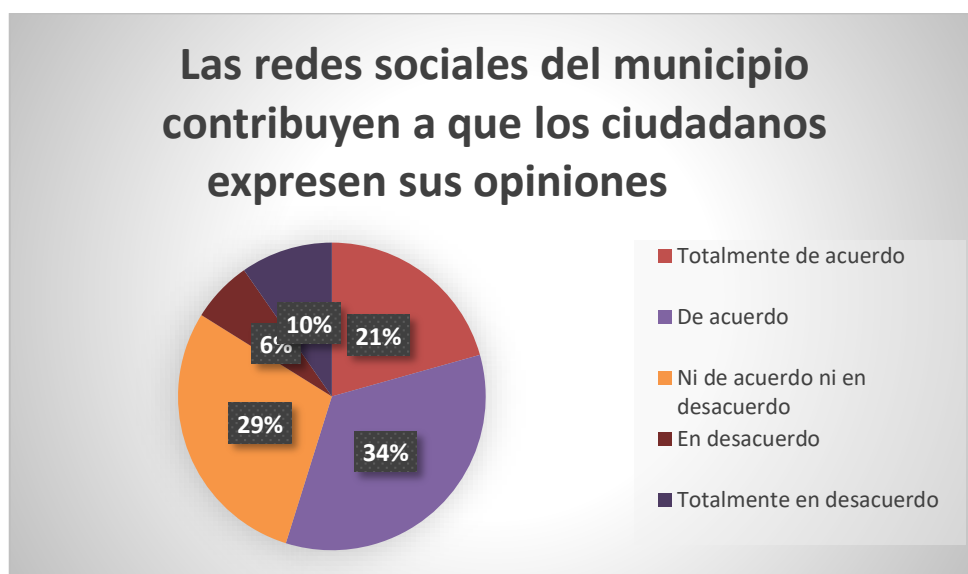


*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

La Figura 6 demuestra que, el 73% de las personas encuestadas no recibió una respuesta por parte del municipio de Riobamba a sus inquietudes en las publicaciones, mientras que el 4% de los encuestados mencionó que si ha recibido respuestas a sus inquietudes por parte del GADM de Riobamba en las publicaciones que realiza la institución en sus diferentes redes sociales oficiales, esto evidencia que existen limitación con relación a la gestión de la comunicación digital y a la baja capacidad de respuesta que ofrece el municipio a los comentarios de los ciudadanos.

**Figura7**

*¿Considera que las redes sociales del GADM de Riobamba contribuyen a que los ciudadanos puedan expresar sus opiniones o inquietudes sobre temas relacionados con la ciudad?*



*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

De las 155 personas encuestadas, el 34% respondió que las redes sociales oficiales del municipio si contribuyen a que los ciudadanos puedan dar a conocer sus opiniones con temas relacionados a la ciudad, no obstante, el 6% de las personas encuestadas indicó que las redes sociales no contribuyen a que las personas puedan expresar sus opiniones en estos espacios digitales, esto quiere decir, que las plataformas digitales que utiliza el municipio de Riobamba permite que las personas puedan involucrarse en temas relacionados con la ciudad.

### Figura8

*Desde su experiencia, ¿cree que los comentarios de los ciudadanos en las redes sociales son tomados en cuenta por el municipio de Riobamba?*



*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

La Figura 8 evidencia que, el 70% de las personas encuestadas cree que los comentarios de los ciudadanos no son tomados en cuenta por parte del municipio de Riobamba, mientras que el 30% cree que los comentarios si son tomados en cuenta por parte de la institución, esto quiere decir que, las personas no sienten que sus opiniones sean tomadas en cuenta por la institución.

### Figura9

*En su opinión, ¿las redes sociales del municipio de Riobamba permiten que los ciudadanos participen más en temas relacionados con la ciudad?*



*Nota.* Elaboración propia a partir de las encuestas aplicadas a ciudadanos de Riobamba.

De las 155 personas encuestadas, el 54% indicó que las redes sociales que utiliza el municipio de Riobamba permiten que los ciudadanos participen más en temas relacionados con la ciudad, mientras que el 46% de las personas encuestadas mencionó que las plataformas digitales no permiten que los ciudadanos participen en temas relacionados con la ciudad porque sus opiniones no son tomadas en cuenta por la institución.

#### **4.4 Discusión**

##### **4.4.1 Discusión sobre la caracterización de métricas de interacción por plataforma, tema y formato**

Los resultados obtenidos permiten inferir que las métricas de interacción presentes en las redes sociales oficiales del municipio permitieron identificar las diferencias de cada plataforma digital con relación al tipo de contenido y el formato que utiliza la institución al momento de emitir una publicación, en este caso la red social de Facebook presentó mayores niveles de interacción en comparación con las otras redes sociales, debido a que en esta red social habían más comentarios y reacciones emitidos por los ciudadanos en los contenidos publicados por la entidad gubernamental, a través de los cuales en algunos comentarios la institución respondía, pero por lo general eran respuestas a direcciones de eventos que informaban por esa red social.

El contenido que mayor interés generaba en la audiencia eran los relacionados con obras públicas y los desechos de basura, debido a que este tipo de contenidos generaron una mayor respuesta por parte de la ciudadanía en los comentarios algunos a favor del contenido, en cambio, otros en contra de la publicación donde señalaban sus inconformidades al respecto, por otro lado los contenidos como comunicados, campañas o talleres tenían menos interacción por parte de los usuarios donde eran pocas las reacciones y no había comentarios. Esto demuestra que, los ciudadanos presentan un mayor interés a las publicaciones relacionadas con necesidades o acontecimientos relacionados con la ciudad.

En el caso del formato, los contenidos que mayor interacción generaba en la audiencia son las imágenes puesto que presentaban más comentarios y reacciones por parte del público, con relación a la red social de Facebook, en cambio, en la red social de TikTok el formato de video generaba mayor interés en la audiencia en especial los contenidos relacionados al turismo, es decir, los contenidos que colaboraron con Enchufe Tv, por su parte, la red social de Instagram presentaba menores niveles de interacción tanto en los formatos de imagen como de video debido a que los contenidos que se emitían en esta red eran las mismas de Facebook, y en el caso de la red social de X el formato de imagen no es atractivo para la audiencia porque los contenidos no generan mucha interacción y además, las publicaciones son menores a diferencia de las otras redes sociales.

Los resultados obtenidos coinciden con la encuesta aplicada a 155 personas porque la mayoría de los ciudadanos coincidió que la red social de Facebook es en la que más información reciben sobre el municipio de Riobamba, además, los encuestados señalaron que emiten comentarios sobre sus inquietudes, pero en la mayoría de las ocasiones no recibieron respuestas por parte de la entidad gubernamental, no obstante, las personas

encuestadas consideran que las redes sociales contribuyen a que las personas participen en temas relacionados con la ciudad.

Por otro lado, en las entrevistas ejecutadas coinciden en que las redes sociales del municipio de Riobamba deberían segmentar mejor a su audiencia porque la información no llega a todas las personas, además, la red social donde más interactúan es en Facebook y los tres encuestados coinciden en que no existe una adecuada respuesta por parte de la institución a los comentarios que emiten las personas.

De acuerdo con lo señalado por el autor Tarullo, 2020, la teoría de los usos y gratificaciones selecciona el medio de comunicación que más se ajuste a las necesidades y preferencias, en el caso de las redes sociales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, se evidenció que no todas las plataformas digitales logran generar el mismo nivel de alcance e interacción, por ejemplo, en X se observó que la participación de las personas es limitada lo que da como resultado un bajo nivel de interacción y una escasa conexión de la institución con la audiencia, en Facebook los resultados son distintos debido a que en esta red social se presentó mayores métricas de interacción por medio de los comentarios, reacciones y compartidos en cada publicación, lo cual puede relacionarse con el perfil de los usuarios que predominan en esta red, especialmente personas mayores de 30 años que por lo general presentan un mayor interés por los contenidos relacionados con la información que publica la institución.

Además, el autor Carriquiry, 2020 señala que la teoría de la esfera pública propuesta por Habermas señala los espacios digitales permiten una comunicación participativa entre los ciudadanos y la institución lo que contribuye al intercambio de opiniones tanto del público como de la entidad gubernamental, no obstante, dentro de las redes sociales del municipio se identificó que la participación institucional es limitada al momento de brindar una respuesta a las inquietudes de los ciudadanos, en el caso de Facebook se presentan una mayor cantidad de comentarios e interacción por parte de la audiencia, pero las respuestas que emite en GADM de Riobamba son limitadas, en Instagram se observó una escasa participación tanto de la ciudadanía como del municipio, mientras que en TikTok si se presentan comentarios por parte de los ciudadanos, aunque la respuesta de la institución es limitada, y en la red social de X no se evidenció interacción entre ambas partes debido a que no se presentaron comentarios ni respuestas.

En otras palabras, las métricas de interacción no solo reflejan el alcance de las publicaciones institucionales, sino que en este caso también miden el nivel de interés y participación ciudadana por medio de las publicaciones emitidas por la institución donde la red social de Facebook presenta una mayor interacción en los contenidos presentes en este espacio digital, no obstante, no se presenta un empoderamiento ciudadano porque la institución gubernamental no responde las inquietudes de los ciudadanos y si responde algún comentario son relacionados a fechas de los eventos que organiza el municipio de Riobamba.

#### **4.4.2 Discusión sobre el empoderamiento ciudadano en las redes oficiales del**

##### **Municipio de Riobamba**

A partir de la evidencia recolectada por medio de las entrevistas, encuestas y el análisis de las redes sociales, se pudo identificar las diferentes formas de participación e

interacción que se presentan entre los ciudadanos y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, donde las encuestas demostraron que a pesar de que la mayoría de los encuestados sigue alguna red social oficial del municipio, en este caso Facebook, no suelen interactuar mucho con la información que publica la institución y en el caso de que hayan comentado en algún contenido no reciben una respuesta por parte de la entidad gubernamental, además, consideran que la mayoría de sus opiniones no son tomadas en cuenta por parte de la institución, no obstante, consideran que estos espacios digitales permiten que las personas interactúen con el contenido y a su vez den a conocer sus inquietudes.

Estos resultados obtenidos coinciden con el análisis de las publicaciones de las redes sociales oficiales del GADM de Riobamba, donde se observó que las personas utilizan estos escenarios digitales para dar a conocer sus inquietudes relacionadas con la ciudad, en la red social de Facebook se visibilizaron mayores interacciones por parte de las personas, pero fueron muy pocas las respuestas que brindó la institución, en TikTok la audiencia también daba a conocer sus opiniones, pero la institución no daba respuesta a sus inquietudes, por su parte en las redes sociales de Instagram y X se registraron bajos niveles de interacción tanto por parte de la institución como de los ciudadanos.

De igual manera, las entrevistas permitieron profundizar en como perciben el empoderamiento ciudadano desde las perspectivas de un sociólogo, un community manager y un ciudadano común donde los entrevistados coincidieron que estos espacios digitales no contribuyen al empoderamiento ciudadano porque los comentarios que indican las personas no son atendidos por la institución, en el caso del community manager indicó que se trata de dar una respuesta a todos los comentarios, pero que no son abordados por falta de tiempo ya que para dar una respuesta se toma un tiempo hasta que la información pase al departamento correspondiente, además, los entrevistados coinciden que estas plataformas digitales permiten que las personas accedan a la información que da a conocer la institución, pero la misma no llega a todos los sectores, es decir, no se presenta una adecuada gestión en la comunicación institucional, los entrevistados coinciden en que el empoderamiento ciudadano es limitado debido a que se presenta una comunicación unidireccional donde las inquietudes de los ciudadanos no son respondidas debido al tiempo de respuesta que ofrece la institución para brindar una solución a las personas.

De acuerdo con los autores Fajardo Carrillo & Martínez Araujo, 2022 la teoría de la comunicación participativa menciona que busca que la opinión de las personas sean tomadas en cuenta para que tenga un cambio positivo con relación a las problemáticas que enfrentan las personas, no obstante, en los resultados obtenidos no existe una comunicación participativa porque las inquietudes de los ciudadanos no son tomadas en cuenta por parte de la institución porque no se brindan respuestas a sus problemáticas.

Como sostiene el autor Carriquiry, 2024 señala que la teoría de la esfera pública en la era digital presenta tanto ventajas como desventajas entre las ventajas es que las personas puedan dar a conocer sus opiniones por medio de los espacios digitales, no obstante, también se presentan desventajas relacionadas con la audiencia donde no se presenta una adecuada segmentación para que la información llegue a todos los públicos, esta afirmación coincide con los resultados obtenidos porque en el caso del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba no utiliza una adecuada segmentación para que la información

llegue a toda la audiencia y no se da un espacio real de dialogo porque se encuentra presente solo una comunicación unidireccional donde la institución no responde a las inquietudes de las personas.

Como lo dicen los autores Galiano Maritan et al., 2023 la participación ciudadana es cuando los ciudadanos se involucran en la toma de decisiones, en este caso en la presente investigación se pudo constatar que las personas si se involucran por medio de los comentarios donde dan a conocer sus problemáticas, pero en muchas de las ocasiones la institución no brinda una respuesta a la inquietud de las personas para ofrecer una solución a la problemática, en este caso no se presenta una democracia porque las opiniones de los ciudadanos no son tomadas en cuenta al momento de que la institución tome decisiones en beneficio de la ciudad.

Los autores Erraez-Donaula et al., 2025 afirman que el empoderamiento ciudadano se ve reflejado cuando los ciudadanos pueden influir en la toma de decisiones que realice en este caso el GADM de Riobamba, pero en la presente investigación el empoderamiento ciudadano es limitado debido a que las opiniones de los ciudadanos no influyen en la toma de decisiones que realiza la institución gubernamental.

Como se mencionó anteriormente en las redes sociales oficiales del municipio de Riobamba el empoderamiento ciudadano es limitado debido a que en el análisis de las redes sociales, las entrevistas y las encuestas ejecutadas concuerdan a que los comentarios de los ciudadanos no reciben respuestas por parte de la institución, por lo cual no se puede presentar un empoderamiento ciudadano porque en este caso las problemáticas de las personas no son tomadas en cuentas por parte de la entidad gubernamental al momento de tomar decisiones porque si no hay respuesta por parte del GADM de Riobamba no existe un dialogo real para que las opiniones de las personas sean tomadas en cuenta.

Por lo tanto, a pesar de que las redes sociales oficiales del municipio de Riobamba permiten que las personas accedan a la información que ofrece la institución, aún se presentan limitaciones que se encuentran limitadas porque la institución maneja más una comunicación unidireccional donde brinda la información, pero no responde a los comentarios de los ciudadanos, por lo cual se puede concluir que existe interacción por medio de las publicaciones que realiza el GADM de Riobamba, no obstante, no se presenta un verdadero empoderamiento ciudadano porque las opiniones de los ciudadanos no influyen en la toma de decisiones de la institución gubernamental.

#### **4.4.3 Discusión sobre la gestión de las redes sociales del municipio de Riobamba**

En relación con el problema planteado al inicio de la investigación, se identificaron diversos aspectos que permiten establecer lineamientos para fortalecer la gestión de las redes sociales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba donde se encontró que las principales limitaciones que presenta la institución están relacionadas con la escasa respuesta que brinda el GADM de Riobamba frente a los comentarios de los ciudadanos, al igual que existe una diferencia de interacción dependiendo de cada red social, donde Facebook presenta una mayor interacción con relación a las otras redes sociales como son TikTok, Instagram y X.

Asimismo, se evidenció que los contenidos relacionados a obras públicas y desechos de basura son las publicaciones que mayor interacción existía en la audiencia, esto debido a que son temas que involucran a toda la ciudadanía y es una problemática que necesita que tome en cuenta las opiniones de las personas para encontrar las mejores soluciones, no obstante, cuando las personas comentan en estas publicaciones no es la institución la que ofrece una respuesta, sino trabajadores del municipio que tratan de dar una solución, pero que en muchas de las ocasiones solo buscan debatir con la audiencia en vez de brindar una solución adecuada a la problemática.

Por otro lado, la repetición del mismo contenido en Instagram genera una menor interacción en la audiencia, esto debido a que al hacer el análisis de las redes sociales del municipio de Riobamba, se pudo identificar que en la interacción era menor en Instagram porque el contenido era el mismo que se encontraba en Facebook lo que genera en la audiencia un rechazo porque se trataba de un contenido que ya vieron en otra red social y al volver a ver la publicación puede resultar saturado en las personas que ya vieron ese contenido.

A raíz de esta situación, la implementación de lineamientos comunicacionales resulta necesario porque permitiría mejorar la interacción entre la ciudadanía y la institución con la finalidad de mejorar la participación en estos espacios digitales y a la vez fortalecer el empoderamiento ciudadano por medio de publicaciones más dinámicas que motiven la interacción entre el GADM de Riobamba y las personas.

De acuerdo con Anzola-Gomez et al., 2022, la interacción en redes sociales permite que los usuarios participen activamente por medio de reacciones, comentarios y otras formas de comunicación digital, en el caso de las redes sociales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, se identificó que los ciudadanos sí interactúan con las publicaciones que realiza la institución, por medio de los comentarios y reacciones, sin embargo, la participación institucional frente a estas interacciones resulta limitada debido a que en la mayoría de los casos no existe una respuesta por parte del municipio hacia las inquietudes u opiniones emitidas por parte de la ciudadanía, lo cual refleja una comunicación de carácter unidireccional donde la institución difunde la información, pero mantiene escasos espacios de retroalimentación con la ciudadanía.

Entre los lineamientos propuestos se considera necesario fortalecer la respuesta institucional frente a los comentarios e inquietudes emitidas por la ciudadanía dentro de las redes sociales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, además, resulta importante desarrollar estrategias comunicacionales que permitan evitar la repetición del mismo contenido en las distintas plataformas digitales, en este sentido, la implementación de narrativas crossmedia o transmedia podría contribuir a diferenciar los contenidos publicados en cada red social, para generar que la información sea dinámica y adaptada a las características de cada audiencia y red social, esto con la finalidad de reducir la percepción de contenido repetitivo o poco atractivo.

Del mismo modo, se plantea incrementar publicaciones sobre problemáticas que involucren a la ciudadanía, debido a que este tipo de contenidos genera mayores niveles de interacción por medio de los comentarios, reacciones y compartidos, en otras palabras, se busca optimizar la comunicación interna y externa del municipio porque permitiría fortalecer

la relación entre la institución y la ciudadanía a través de las plataformas digitales para fomentar un entorno más participativo y cercano.

## **5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

Se evidenció que las redes sociales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba presentan niveles de interacción diferenciados entre sus plataformas digitales donde Facebook fue la red social con mayor participación por parte de la ciudadanía, además, se identificó que los contenidos relacionados con problemáticas, obras y temas de interés ciudadano generan un mayor involucramiento por parte de la audiencia, sin embargo, en gran parte de las publicaciones la participación continúa siendo limitada, a excepción de contenidos que generan interés en la ciudadanía, lo que refleja que en estos entornos digitales existe una audiencia pasiva por parte de los usuarios hacia los contenidos que publica la institución gubernamental, esto significa que el GADM de Riobamba debería fortalecer las estrategias de comunicación digital para promover una mayor participación por parte de los ciudadanos.

Se determinó que el nivel de empoderamiento ciudadano en las diferentes plataformas digitales que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba es limitado, debido a la escasa interacción institucional frente a las inquietudes y comentarios realizados por parte de la ciudadanía, asimismo, se identificó que en las redes sociales como son Instagram y X la participación por parte de los usuarios es reducida, lo cual se ve reflejado en la baja cantidad de comentarios e interacciones que se encontraron en estas plataformas digitales, en cambio, en las redes sociales de Facebook y TikTok los ciudadanos participaban más por medio de opiniones en los comentarios, no obstante, gran parte de estas intervenciones no tenían respuesta por parte de la entidad gubernamental, esto evidencia que la comunicación predominante en estos espacios digitales es de carácter unidireccional, lo que da como resultado un limitado empoderamiento ciudadano en estos ecosistemas digitales.

Se elaboró un producto comunicacional que consistía en la elaboración de lineamientos comunicacionales para fortalecer el empoderamiento ciudadano en las redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba debido a que los hallazgos de la presente investigación identificaron existe una interacción limitada entre la institución y los ciudadanos porque muchas de las inquietudes de las personas no son solventadas por la entidad gubernamental, es por eso que por medio de este proyecto comunicacional se busca mejorar la interacción entre ambas partes para promover así una participación ciudadana más activa en estos espacios digitales.

### **5.2 Recomendaciones**

A partir de la evidencia recolectada se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba implementar estrategias de contenido orientados a temas que involucren directamente a la ciudadanía como, por ejemplo, obras públicas, campañas y problemáticas que afectan a la ciudad debido a que este tipo de publicaciones generan mayores niveles de interacción, de igual manera resulta necesario adaptar el contenido según las características de cada plataforma digital donde se evite replicar las

mismas publicaciones en redes sociales como Facebook e Instagram, a raíz de esta situación se sugiere aplicar narrativas y formatos que permitan dinamizar la comunicación institucional para reducir la saturación informativa y fomentar una participación más activa por parte de la audiencia en las diferentes plataformas digitales que emplea el municipio de Riobamba.

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba fortalecer y actualizar los protocolos de respuesta en sus plataformas digitales con el propósito de brindar una atención oportuna a las inquietudes de los ciudadanos, además, resulta necesario implementar estrategias de interacción adaptadas para cada red social, especialmente en plataformas como Instagram y X donde la participación ciudadana es más limitada, del mismo modo, se sugiere promover espacios de diálogo digital que permitan una comunicación más participativa entre la institución y las personas para que las necesidades de los ciudadanos sean considerados dentro de los procesos comunicacionales y la toma de decisiones por parte de la institución para fortalecer el empoderamiento ciudadano y que a su vez exista una relación más cercana entre el GADM de Riobamba y las personas.

Se recomienda socializar el producto comunicacional con el departamento de comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, en especial el personal encargado del manejo de las redes sociales de la institución, con el propósito de orientar mejoras en cuanto a la construcción de mensajes y el manejo de las plataformas digitales porque esto permitirá fortalecer la interacción ciudadana y a su vez promover espacios de comunicación más participativos donde la audiencia se involucre por los contenidos y problemáticas que afectan a la ciudad.

## **6. CAPÍTULO VI. PROPUESTA**

### **6.1 Introducción**

Las plataformas digitales se han convertido en los nuevos escenarios de interacción donde la ciudadanía puede comunicarse y participar mediante los distintos tipos de contenidos digitales que se encuentran presente en estos espacios, en este contexto, los autores (Argota-Pérez & Argota-Pérez, 2024, p. 270) mencionan que la comunicación digital facilita la “interactividad y capacidad para superar limitaciones de tiempo y espacio, facilitando conexiones instantáneas y globales”, como en el caso de las redes sociales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba que permiten a los ciudadanos interactuar con la información mediante los comentarios y reacciones, sin embargo, aunque estos espacios digitales posibilitan la participación ciudadana en muchas de las ocasiones las inquietudes de los ciudadanos no reciben una respuesta por parte de la institución gubernamental.

De acuerdo con (Rodríguez Casallas et al., 2024, p. 199) la participación ciudadana es “la voz activa de la sociedad civil no solo fortalece las bases de la democracia, sino que también emerge como un componente crucial para el ejercicio pleno del derecho al desarrollo”, no obstante, cuando la interacción digital se limita únicamente a la difusión de información no existe una comunicación bidireccional efectiva, lo que dificulta la construcción de espacios participativos, como en el caso del municipio de Riobamba que a pesar de que los ciudadanos dan a conocer sus inquietudes en muchas de las ocasiones no son respondidas por la institución, por lo cual no se presenta una democracia real en las plataformas digitales que emplea la entidad gubernamental.

A raíz de esta situación resulta necesario implementar lineamientos comunicacionales para fortalecer la interacción en las plataformas digitales que utiliza el GADM de Riobamba por medio de estrategias que promuevan una comunicación más participativa, dinámica y cercana con la ciudadanía, de esta manera, se busca fomentar el empoderamiento ciudadano en los ecosistemas digitales promoviendo espacios de diálogo e interacción que pasen de una comunicación unidireccional a una comunicación bidireccional donde existe un feedback entre la institución y los ciudadanos.

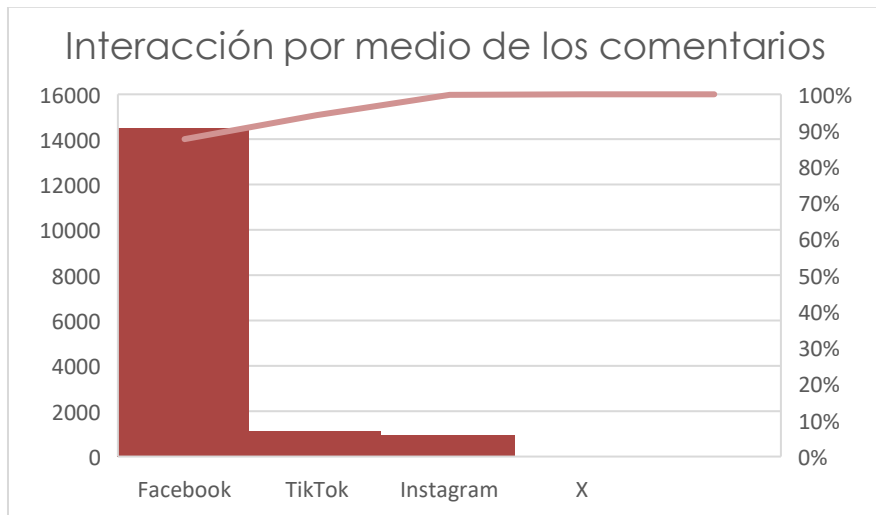
### **6.2 Justificación**

Para (Carriquiry, 2022, p. 132) la teoría de la esfera pública propuesta por Habermas se relaciona con la era digital por medio de la comunicación bidireccional que “sería la esfera pública “transformada” por los medios de comunicación masiva, dado que estos emiten unidireccionalmente hacia una audiencia criticada por su rol pasivo”, es decir, ya no existe la necesidad de compartir un espacio físico para generar interacción debido a que ahora estos procesos pueden desarrollarse por medio de las plataformas digitales que facilitan la participación ciudadana.

Con relación a las plataformas digitales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, las redes sociales presentan niveles de interacción diferenciadas donde las redes sociales de Facebook y TikTok registran una mayor participación por parte de la ciudadanía, en cambio, en las redes sociales de Instagram y X se evidencian menores niveles de interacción en relación con los comentarios emitidos por los ciudadanos, además, la respuesta institucional hacia los comentarios de las personas resultan limitados en todas las plataformas digitales analizadas, en comparación con la cantidad de comentarios emitidos por la audiencia, sin embargo, Facebook presenta un mayor número de respuestas por parte de la institución gubernamental, estos resultados corresponden al análisis realizado durante el periodo comprendido de enero a junio de 2025.

**Figura10**

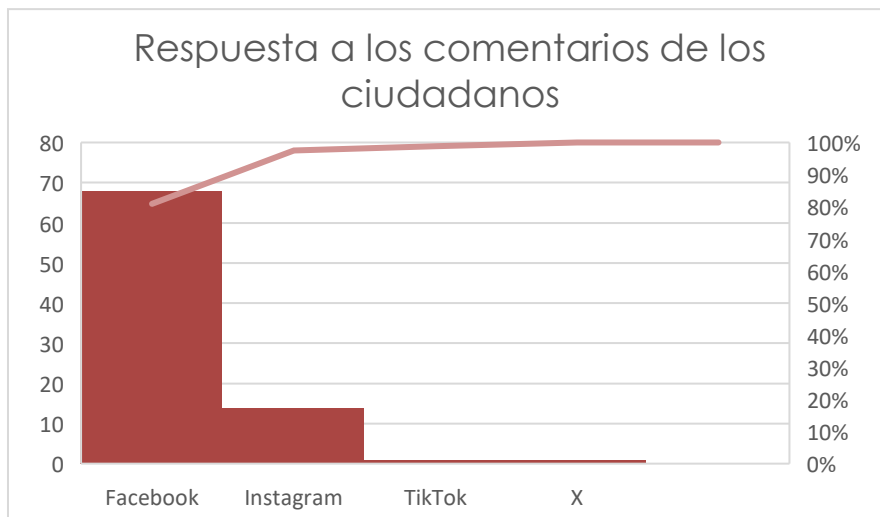
*Interacción por medio de los comentarios en las publicaciones de las redes sociales del GADM de Riobamba*



*Nota.* Elaboración propia a partir del análisis de las redes sociales oficiales del GADM de Riobamba.

**Figura11**

*Respuesta Institucional a los comentarios de los ciudadanos*



*Nota.* Elaboración propia a partir del análisis de las redes sociales oficiales del GADM de Riobamba.

**Tabla33**

*Problemáticas identificadas en las redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba en el periodo enero a junio 2025*

<b>Problemáticas</b>	<b>Consecuencias</b>
Limitadas respuestas institucionales	Disminuye la interacción ciudadana en las plataformas digitales
Comunicación unidireccional	Escasa participación digital debido a que no existe una retroalimentación
Baja interacción en Instagram por contenido repetido de la red social de Facebook	Menor participación por parte de la audiencia al recibir contenido repetido
Baja interacción en X por escasas publicaciones	Menor participación por parte de los usuarios al no recibir información periódica como en las otras plataformas digitales
Comentarios ciudadanos sin respuestas	Limitado empoderamiento ciudadano

*Nota.* Información recolectada por medio de la investigación desarrollada.

A raíz de esta situación surge la necesidad de establecer lineamientos comunicacionales orientados a fortalecer la interacción en las redes sociales oficiales del GADM de Riobamba, con el propósito de promover el empoderamiento ciudadano dentro de estos entornos digitales, a través de estos lineamientos se busca fomentar una comunicación más participativa donde la ciudadanía no solo interactúe con la información emitida por parte de la institución, sino que también reciba respuestas oportunas a sus inquietudes y necesidades.

Por medio de la propuesta se pretende contribuir a la mejora del tiempo de respuesta institucional y al fortalecimiento de la participación ciudadana en todas las plataformas digitales utilizadas por el municipio debido a que la investigación evidenció que la interacción de los usuarios se concentra principalmente en determinadas redes sociales, asimismo, se busca que las opiniones de la audiencia sean considerados por parte de la entidad gubernamental al momento de generar procesos comunicacionales y tomar decisiones relacionadas con la ciudadanía.

A través de estos lineamientos comunicacionales se busca fortalecer la relación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba y la ciudadanía por medio de los espacios digitales más participativos, dinámicos y orientados al diálogo para favorecer

al empoderamiento ciudadano dentro de los ecosistemas digitales institucionales gubernamentales.

### **6.3 Objetivos**

#### **6.3.1 Objetivo General**

Proponer lineamientos comunicacionales para fortalecer el empoderamiento ciudadano en las plataformas digitales que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba.

#### **6.3.2 Objetivos Específicos**

Identificar estrategias comunicacionales que promuevan la interacción digital en las redes sociales oficiales GADM de Riobamba.

Promover contenidos participativos para cada plataforma digital que utiliza el municipio de Riobamba.

Fortalecer la comunicación institucional por medio de respuestas a las inquietudes de la ciudadanía.

### **6.4 Diagnóstico**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba utiliza plataformas digitales para informar a la ciudadanía, no obstante, en muchas de las ocasiones se olvida de interactuar con la audiencia, lo que limita el empoderamiento ciudadano debido a que no se presenta un dialogo real en estos espacios y solo se da a conocer contenidos por medio de las publicaciones, pero se olvida de lo principal que es responder a las inquietudes que tienen las personas para fortalecer la participación ciudadana y a su vez la democracia en los ecosistemas digitales.

#### **6.4.1 Uso de redes sociales**

En las plataformas digitales del GADM de Riobamba las redes sociales de Facebook y TikTok son las que mayor interacción reciben por parte de los usuarios, al contrario de X donde no se registra mucha interacción por parte de las personas, por medio de las encuestas realizadas a 155 se pudo constatar que el 64% de las personas encuestadas conoce la red social de Facebook del municipio de Riobamba.

#### **6.4.2 Nivel de interacción**

Los hallazgos demuestran que en la red social de Facebook las personas suelen comentar más las publicaciones emitidas por parte de la institución gubernamental, al igual que TikTok donde se registran mayor cantidad de comentarios, en cambio, en Instagram se evidencian una menor cantidad de comentarios con relación a las otras redes, sin embargo,

en la red social de X la cantidad de comentarios son limitados debido a que casi no se registran comentarios por parte de la ciudadanía.

En la mayoría de las ocasiones las inquietudes de los ciudadanos no son respondidas por parte de la institución gubernamental, esto debido a que son muy pocas las respuestas que brinda la entidad y son respuestas a eventos donde se va a desarrollar y la fecha por lo general y las problemáticas de las personas en muchas de las ocasiones no obtienen un resultado a su inquietud, a raíz de esta situación la respuesta que brinda el GADM de Riobamba es limitado y por lo general se trata de respuestas que no solucionan problemáticas.

### 6.4.3 Problemáticas identificadas

#### 6.4.3.1 Publicaciones del GADM de Riobamba

##### Figura12

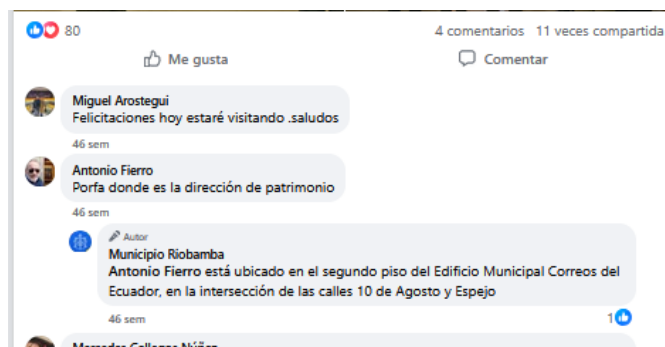
*Publicación de Facebook*



*Nota.* Información tomada de la publicación de Facebook del GADM de Riobamba.

##### Figura13

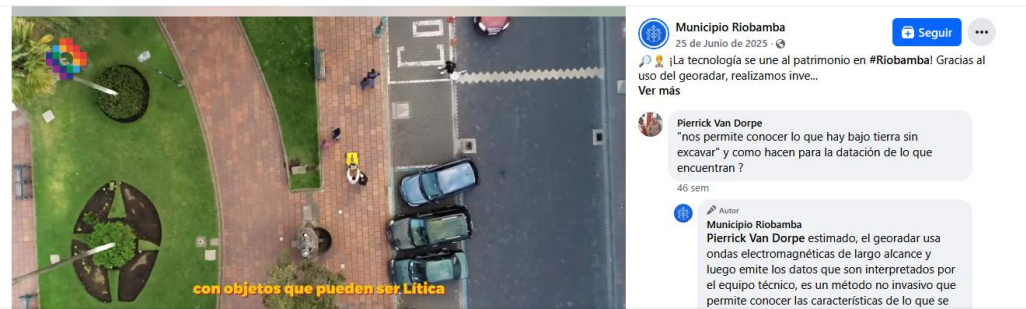
*Respuesta a la publicación de Facebook*



Nota. Información tomada de la publicación de Facebook del GADM de Riobamba.

### Figura14

Publicación de Facebook



Nota. Información tomada de la publicación de Facebook del GADM de Riobamba.

### Figura15

Publicación en X



Nota. Información tomada de la publicación de X del GADM de Riobamba.

### Figura16

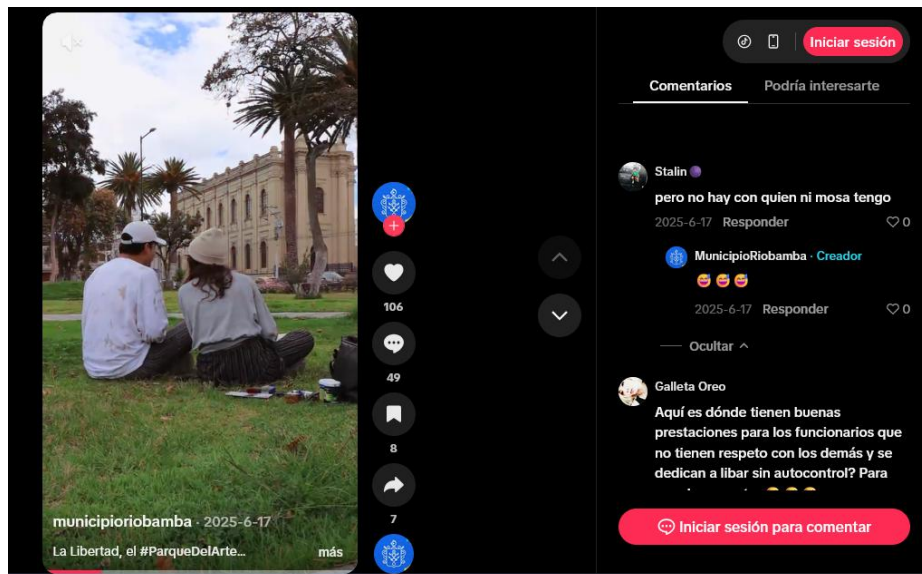
Respuesta a la publicación de X



Nota. Información tomada de la publicación de X del GADM de Riobamba.

### Figura17

Publicación de TikTok



Nota. Información tomada de la publicación de TikTok del GADM de Riobamba.

## Figura18

### Publicación de Instagram

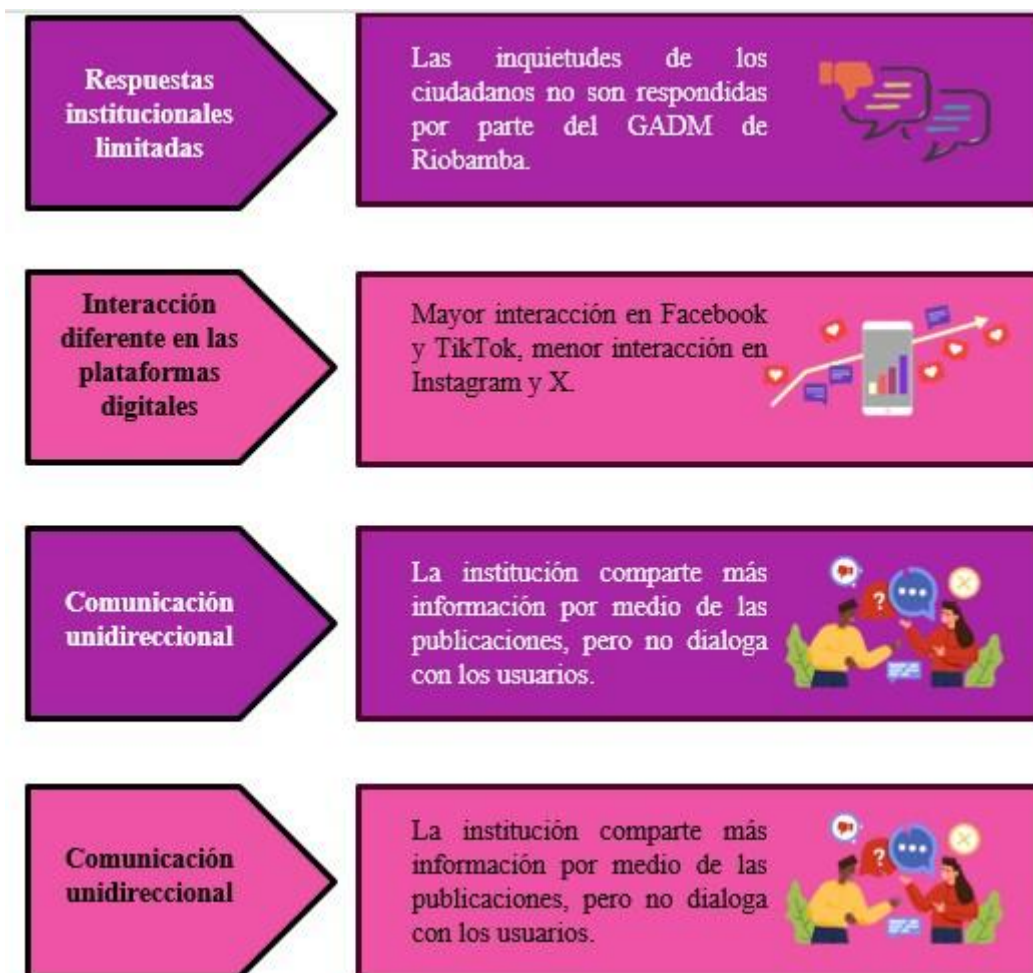


*Nota.* Información tomada de la publicación de Instagram del GADM de Riobamba.

### 6.4.3.2 Problemáticas

**Figura19**

*Problemáticas*



*Nota.* Elaboración propia.

### 6.5 Propuesta

La presente propuesta comunicacional tiene como finalidad establecer lineamientos comunicacionales que permitan fortalecer el empoderamiento ciudadano en las plataformas digitales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, por medio de los cuales se busca mejorar la comunicación bidireccional entre la institución y la ciudadanía mediante estrategias que permitan optimizar la interacción digital y la respuesta institucional frente a las inquietudes de las personas, esto debido a que por medio del análisis ejecutado se pudo constatar que no se emplea una comunicación bidireccional en la mayoría de las publicaciones, sino que se emplea una comunicación unidireccional donde la institución pública la información, pero no interactúa con las opiniones de la audiencia.

Dentro de los lineamientos se encuentra el fortalecimiento de la respuesta institucional en redes sociales, debido a que muchas de las inquietudes emitidas por parte de

los ciudadanos no reciben una respuesta por parte del GADM de Riobamba, en este sentido la propuesta plantea establecer tiempos de respuesta que permitan generar una comunicación más dinámica que promueva tanto la participación de los ciudadanos como de la institución a las inquietudes de los ciudadanos para fortalecer el empoderamiento ciudadano dentro de los ecosistemas digitales que maneja la entidad gubernamental.

Otro lineamiento se enfoca en fortalecer la interacción digital en las plataformas digitales del municipio de Riobamba donde se presentan niveles de participación diferenciados entre redes sociales como Facebook, TikTok, Instagram y X porque la investigación ejecutada presentó niveles de interacción diferentes en cada red social que utiliza el GADM de Riobamba, a raíz de esta situación se propone crear contenidos participativos que motiven a la audiencia a interactuar tanto con las publicaciones como con la institución para promover una mayor participación ciudadana en los entornos digitales.

Los lineamientos comunicacionales están dirigidos al departamento de comunicación y a las personas encargadas de administrar las plataformas digitales del GADM de Riobamba, en este caso la implementación de estos lineamientos permitirá fortalecer la relación entre la institución y la ciudadanía mediante espacios digitales más participativos donde las opiniones de los ciudadanos sean consideradas dentro de los procesos comunicacionales que desarrolle el municipio de Riobamba.

La propuesta también contempla estrategias visuales orientadas a mejorar la presentación de los contenidos digitales mediante ejemplos de publicaciones, formatos interactivos y recursos gráficos que fomenten la participación y el empoderamiento ciudadano en las redes sociales oficiales del GADM de Riobamba, es decir, se busca generar contenidos más dinámicos y atractivos para la audiencia y que sean contenidos diferentes para cada plataforma digital porque al reciclar el contenido puede resultar aburrida la información en las otras redes sociales.

Mediante esta propuesta se pretende incrementar los niveles de interacción en las plataformas digitales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba y fortalecer la participación ciudadana en los temas relacionados con la ciudad, asimismo, se busca que la institución proporcione respuestas oportunas a las inquietudes de los ciudadanos para promover los espacios de dialogo e interacción con la finalidad de construir una comunicación más cercana y participativa entre ambas partes.

Por medio de esta propuesta se pretende que las redes sociales oficiales presenten mayores niveles de interacción en todos sus canales de difusión, así como que las personas se involucren más por los temas que se presentan en la ciudad para que puedan participar y que su opinión sea escuchada por el GADM de Riobamba, de igual manera se busca que la institución gubernamental pueda proporcionar una respuesta oportuna a las personas para que las inquietudes de los ciudadanos no queden en el olvido, sino que tengan una solución a sus problemáticas, en otras palabras que se fomente un dialogo real entre ambas partes.

## 6.6 Lineamientos comunicacionales

### 6.6.1 Lineamientos de interacción digital

Las redes sociales se han convertido en los nuevos escenarios donde la audiencia puede opinar sobre un tema, los autores (Ellison et al., 2007) citados en (Martín Martínez & Castiblanco Carrasco, 2024, p. 2) mencionan que “la interacción mediada por la tecnología es un proceso que refuerza los lazos sociales que ya se tienen establecidos, y a su vez, potencia la creación de nuevos vínculos y amistades”, es decir, que por medio de los dispositivos digitales las personas pueden conectar con más personas y establecer vínculos por medio de la interacción en estos entornos.

**Tabla34**

#### *Lineamientos de Interacción*

<b>Lineamiento</b>	<b>Propuesta</b>
Fortalecer la respuesta institucional	Responder los comentarios de los ciudadanos en menos tiempo, es decir, que se modifique los protocolos de respuesta con los que cuenta el GADM de Riobamba que consiste en enviar al departamento correspondiente para brindar una solución, en este caso se tendría que brindar una respuesta oportuna que genere una solución a la inquietud de las personas y no dejarle por un tiempo largo esperando la respuesta, por ejemplo, la institución puede indicar que se está trabajando en ello o que se tomará en cuenta la opinión de los ciudadanos para próximas problemáticas, además, se debe implementar un cronograma de respuesta para responder las inquietudes de los ciudadanos podría ser responder mensajes de las personas en la tarde para que puedan solventar las problemáticas de los ciudadanos.
Monitorear mensajes de la audiencia	Revisar los comentarios de las personas de las publicaciones para brindarle una respuesta y que no pasen desapercibidas, esto debido a que algunas inquietudes de los ciudadanos quedan sin respuesta por parte de la institución gubernamental, en

	este caso se debería dar un continuo monitoreo en cada canal digital que utiliza el municipio de Riobamba para informar, esto con la finalidad de verificar si la información llega a la audiencia y a su vez si las personas interactúan con la información por medio de los comentarios y reacciones para ver el alcance que tiene esa publicación.
Fomentar la interacción en las plataformas digitales	Mejorar la comunicación bidireccional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba porque en la mayoría de las publicaciones emitidas por parte de la institución se presenta más una comunicación unidireccional donde la entidad gubernamental da a conocer una información, pero no crea un espacio de retroalimentación con la audiencia, en este caso el GADM de Riobamba debe interactuar más con la ciudadanía brindando respuesta a las inquietudes de las personas y a su vez motivar a la participación activa por medio de contenidos más dinámicos y encuestas donde la ciudadanía pueda opinar sobre problemáticas que afectan a las personas.

*Nota.* Elaboración propia en base a los hallazgos obtenidos de la investigación.

#### **6.6.1.1 Lineamientos de respuesta institucional**

Este lineamiento plantea que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba fortalezca y modifique el protocolo de respuesta que mantiene en sus plataformas digitales porque en varias ocasiones las inquietudes realizadas por la ciudadanía no reciben un seguimiento oportuno ni son considerados dentro de los procesos de interacción de la institución gubernamental.

A raíz de esta situación se propone establecer un cronograma de atención y respuesta a los comentarios de los ciudadanos con el objetivo de garantizar una comunicación más organizada, constante y efectiva, además, se recomienda implementar espacios de preguntas y respuestas mediante historias, publicaciones o dinámicas interactivas que permitan atender las inquietudes de las personas de manera directa.

Estas acciones deberían aplicarse de forma equitativa en todas las plataformas digitales del GADM de Riobamba porque algunas redes sociales presentan menor nivel de interacción en comparación a las otras redes, de esta manera, se busca fortalecer la

comunicación bidireccional entre la institución y la ciudadanía y a su vez promover el empoderamiento ciudadano en los ecosistemas digitales.

### 6.6.2 Lineamiento de contenido digital

Según los autores (Villegas García & Castañeda Marulanda, 2019, p. 271) mencionan que el contenido digital significa “estructurar la información en una narrativa que se exprese a través de la imagen visual, la imagen auditiva, la imagen audiovisual y la imagen textual, con un mensaje claro y dirigido a una audiencia”, en otras palabras se refiere a que por medio de los contenido digitales se puede comunicar a una audiencia a través de distintos formatos que permitan llegar con esa información a la ciudadanía en las diferentes plataformas digitales.

Estos lineamientos tienen como finalidad fortalecer la comunicación digital en las plataformas digitales que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba por medio de publicaciones dinámicas e interactivas que promuevan una participación activa por parte de la ciudadanía en estos entornos digitales.

**Tabla35**

#### *Lineamientos de Contenido Digital*

<b>Problemática</b>	<b>Lineamiento</b>	<b>Estrategia</b>
Contenido repetitivo en las plataformas digitales que utiliza el municipio de Riobamba	Diversificar formatos digitales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reels</li> <li>• Carruseles</li> <li>• Infografías</li> <li>• Afiches</li> </ul>
Baja interacción en las redes sociales	Implementar contenido interactivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Preguntas</li> <li>• Dinámicas</li> </ul>
Escasa participación	Promover publicaciones participativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responder a los comentarios de los ciudadanos</li> <li>• Preguntar a la ciudadanía que problemáticas tienen para ofrecerles una solución</li> </ul>

*Nota.* Elaboración propia en base a los hallazgos obtenidos en la investigación.

#### 6.6.2.1 Lineamiento de contenido dinámico

A pesar de que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba diversifica sus publicaciones mediante recursos gráficos, audiovisuales y textuales presenta un dinamismo limitado con relación al impacto y la interacción con el público, la

investigación ejecutada demostró que las redes sociales de Facebook e Instagram utilizan publicaciones por medio de imágenes estáticas y en menor medida de videos, por otro lado, TikTok se centra por completo en el plano audiovisual, mientras que X mantiene una línea de contenido gráfico.

Ante estos hallazgos obtenidos de la investigación, el GADM de Riobamba debe realizar publicaciones más creativas e innovadoras, es decir, implementar contenidos que se adapten a las nuevas tendencias que se presentan en la actualidad debido a que cada día los contenidos que eran tendencia pasan de moda al otro día, por eso la institución gubernamental debe adaptar los contenidos tradicionales a las nuevas tendencias porque los contenidos típicos hoy en día ya no logran captar el interés de la audiencia al encontrarnos en un mundo cada vez más globalizado.

### 6.6.2.1.1 Ejemplo de publicación con contenido dinámico para la red social de Instagram

**Figura20**

*Publicación del GADM de Riobamba*



*Nota.* Imagen tomada de una publicación del GADM de Riobamba en la red social de Instagram.

**Figura21**

*Ejemplo de publicación carrusel - 1*



*Nota.* Elaboración propia en base a una publicación del GADM de Riobamba con plantilla de Canva.

**Figura22**

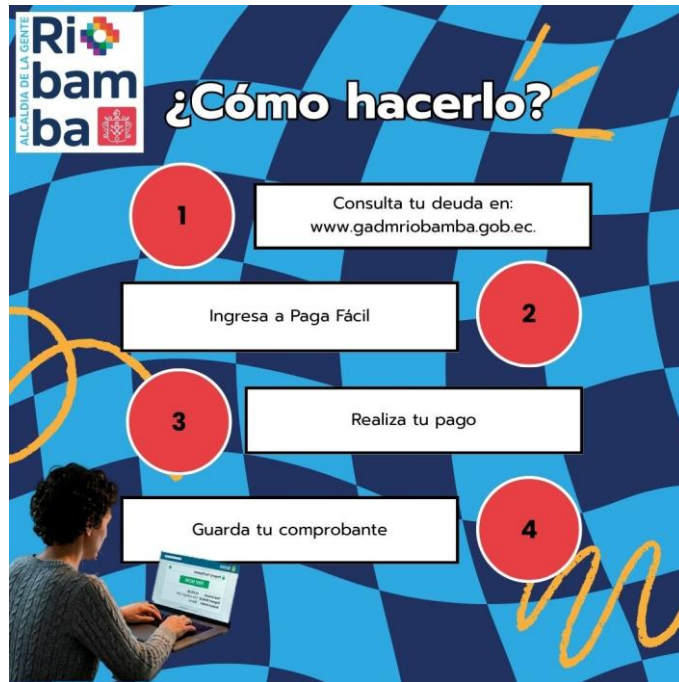
*Ejemplo de publicación carrusel - 2*



*Nota.* Elaboración propia en base a una publicación del GADM de Riobamba con plantilla de Canva.

### Figura23

Ejemplo de publicación carrusel - 3



*Nota.* Elaboración propia en base a una publicación del GADM de Riobamba con plantilla de Canva.

### Figura24

Ejemplo de publicación carrusel - 4



*Nota.* Elaboración propia en base a una publicación del GADM de Riobamba con plantilla de Canva.

## Figura25

Ejemplo de publicación carrusel - 5



*Nota.* Elaboración propia en base a una publicación del GADM de Riobamba con plantilla de Canva.

### 6.6.2.2 Lineamiento contenido interactivo

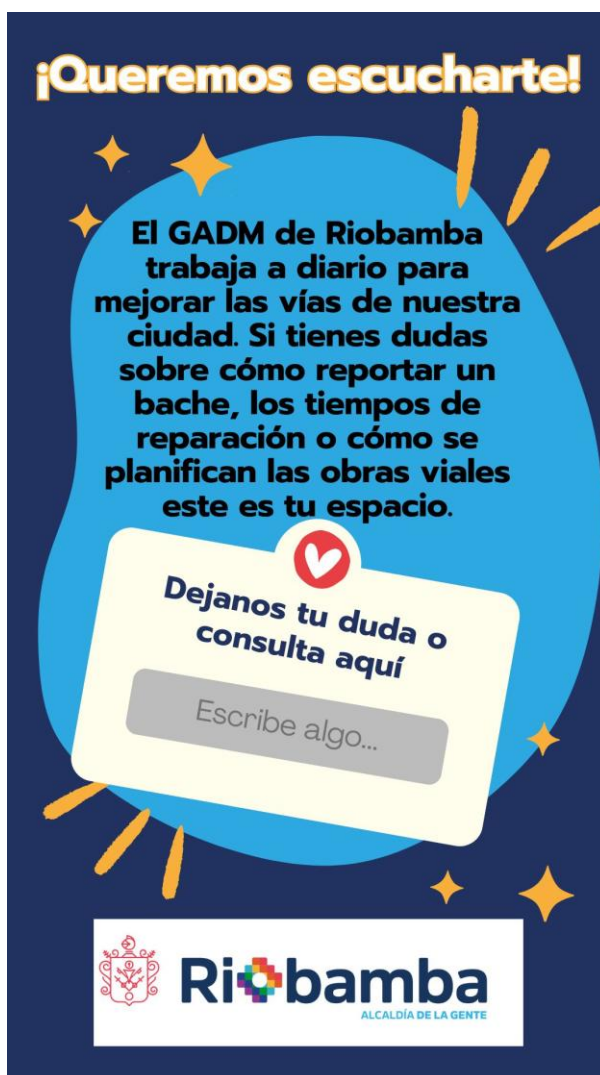
Este lineamiento propone que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba incorpore contenidos interactivos en sus plataformas digitales como, por ejemplo, encuestas, preguntas e historias dinámicas en Facebook e Instagram con la finalidad de incentivar la participación de la ciudadanía, este lineamiento surge a raíz de los hallazgos encontrados en la investigación donde el municipio de Riobamba suele publicar historias generalmente de videos cortos, pero no generan espacios que motiven a la ciudadanía a interactuar con el contenido.

Es por eso que se plantea la implementación de dinámicas digitales que permitan a las personas expresar sus opiniones, realizar consultar y despejar sus inquietudes relacionadas con la gestión municipal, de esta manera, se busca fortalecer la participación ciudadana en las plataformas digitales que utiliza el GADM de Riobamba para promover una comunicación más cercana, participativa y bidireccional entre la institución gubernamental y los ciudadanos.

### 6.6.2.2.1 Ejemplo de contenido interactivo

**Figura26**

*Publicación Interactiva - Historia*



*Nota.* Elaboración propia con plantilla de Canva.

### 6.6.2.3 Lineamientos de contenido audiovisual

Este lineamiento plantea que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba fortalezca el uso de contenidos audiovisuales de corta duración en sus plataformas digitales debido a que los resultados obtenidos en la investigación evidencian que este tipo de publicaciones alcanzan un mayor número de visualizaciones e interacciones por parte de la ciudadanía, además, el uso de los videos cortos permiten transmitir información de manera más dinámica, clara y atractiva para facilitar que las personas mantengan el interés en el contenido difundido por parte de la institución, en cambio, los videos largos suelen generar menor nivel de interacción porque muchos usuarios pierden el interés cuando el contenido no logra captar su atención en los primeros segundos.

A raíz de esta situación, se propone crear contenidos audiovisuales cortos que incorporen elementos visuales y narrativos que sean capaces de captar la atención de la audiencia para promover así una comunicación digital más efectiva, al igual que una mayor participación ciudadana en las diferentes plataformas digitales del municipio de Riobamba.

#### 6.6.2.3.1 Ejemplo de contenido audiovisual

**Figura27**

*Portada del contenido audiovisual - Reel*



*Nota.* Elaboración propia con plantilla de Canva.

#### 6.6.2.4 Lineamiento de participación ciudadana

Las plataformas digitales son espacios que permiten a la ciudadanía comunicarse, interactuar y participar de manera activa en los contenidos difundidos, a raíz de esta situación se propone que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba implemente publicaciones participativas que incentiven a los ciudadanos a expresar sus opiniones y puntos de vista por medio de los comentarios relacionados con temas de interés para la ciudad y la gestión que desarrolla la institución.

A través de este lineamiento se busca fortalecer la interacción entre la ciudadanía y el municipio para promover una comunicación cercana y participativa en los ecosistemas digitales, además, estas acciones permitirán generar espacios de diálogo donde las personas puedan involucrarse de forma activa en las publicaciones para fortalecer la participación ciudadana en las plataformas digitales del GADM de Riobamba.

#### 6.6.2.4.1 Ejemplo de publicación de contenido de participación ciudadana para X

##### Figura28

*Publicación para X sobre contenido de participación ciudadana*



*Nota.* Elaboración propia con platilla de Canva.

Se puso un ejemplo para la red social de X debido a que los resultados de la investigación desarrollada presentaron menores niveles de interacción en esta red social, es por eso que se busca incentivar una mayor participación en esta red social mediante publicaciones que fomenten el diálogo y la interacción en estos ecosistemas digitales.

#### 6.6.2.5 Lineamiento de identidad visual

Este lineamiento propone que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba mantenga la aplicación de su manual de marca institucional que se encuentra en su sitio web con el fin de conservar la identidad visual en las diferentes publicaciones difundidas en sus plataformas digitales, no obstante, se considera necesario prestar mayor atención al uso y distribución de los colores dentro de las piezas gráficas porque los hallazgos mostraron que existen publicaciones con una excesiva saturación de tonalidades.

Se recomienda emplear tres tonalidades del manual de marca en las publicaciones para mantener una composición visual equilibrada, ordenada y atractiva para la audiencia, de esta forma se busca mejorar la estética y legibilidad de los contenidos para que exista una

mejor experiencia visual para las personas que interactúan con las redes sociales del municipio de Riobamba.

### 6.6.2.5.1 Ejemplo de publicación saturada

**Figura29**

*Publicación saturada*



*Nota.* Captura de pantalla de una publicación de Instagram.

En esta publicación se encuentran muchos elementos visuales al igual que los colores se encuentran la mayoría de los colores que se mencionan en el manual de marca, esto puede saturar el contenido haciendo que las personas no consuman mucho el contenido, además, se presentan un ruido visual debido a los elementos que se encuentran en el fondo, lo que hace que todos los elementos de la publicación compitan con la misma fuerza visual.

### 6.6.2.5.2 Mejora de la publicación

**Figura30**

*Publicación mejorada*



*Nota.* Elaboración propia con plantilla de Canva.

### 6.7 Estrategias complementarias

Las estrategias complementarias son acciones para fortalecer los lineamientos mencionados anteriormente como, por ejemplo, pueden ser narrativas relacionadas con el contenido para mejorar la participación, además, por medio de estas estrategias se puede fortalecer la interacción de la gestión comunicacional que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba al momento de informar.

**Tabla36**

*Estrategias*

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Acción</b>	<b>Beneficio</b>
Storytelling	Crear un acercamiento entre la institución y la ciudadanía.	Contar historias por medio de las publicaciones, por ejemplo, testimonios de ciudadanos que se han beneficiado con obras que realiza la institución gubernamental.	Mayor participación por parte de la ciudadanía.

Crossmedia	Adaptar los contenidos para cada red social.	Utilizar formatos distintos según las características de cada plataforma digital donde cada red social cuanta una parte de la publicación por eso el usuario tiene que consumir todo el contenido distribuido en las diferentes redes sociales.	Incrementar el alcance de la publicación, es decir, que las personas se involucren por el contenido como, por ejemplo, las publicaciones que se encuentran X tengan el mismo alcance que las otras redes sociales.
Transmisiones en directo	Fortalecer el diálogo digital.	Realizar en directos informativos, pero que sean interactivos para que la ciudadanía participe en estos espacios digitales.	Mayor participación e interacción ciudadana por medio de los comentarios de las transmisiones en vivo.
Contenido participativo	Motivar a la interacción.	Implementar preguntas abiertas para que la ciudadanía pueda despejar sus inquietudes por medio de esta actividad.	Fortalecer el empoderamiento ciudadano donde las personas puedan interactuar
Monitoreo de interacción	Mejorar la respuesta a los comentarios de los ciudadanos.	Revisar y responder los comentarios emitidos por las personas constantemente.	Promover una comunicación bidireccional más cercana entre la ciudadanía y la institución gubernamental.

*Nota.* Elaboración propia.

Por medio de estas estrategias complementarias se pretende fortalecer el empoderamiento ciudadano en las plataformas digitales que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba al momento de informar a la ciudadanía, al igual que verificar si los lineamientos propuestos cumplen con el objetivo de mejorar la interacción en las redes sociales oficiales de la institución gubernamental.

## **6.8 Conclusiones**

Las estrategias propuestas en este producto comunicacional contribuirán al fortalecimiento de la interacción en las plataformas digitales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba debido a que estas acciones favorecen a una comunicación bidireccional más participativa entre la institución y la ciudadanía.

Los lineamientos orientados a la participación ciudadana permitirán incentivar una mayor interacción de las personas con los contenidos digitales por medio de los comentarios e historias interactivas que promuevan la participación activa de los ciudadanos en estos ecosistemas digitales.

El producto comunicacional tiene como finalidad fortalecer la calidad de respuesta de la institución gubernamental en las plataformas digitales del GADM de Riobamba con el propósito de generar espacios de diálogo entre la institución y los ciudadanos para fortalecer el empoderamiento ciudadanos en las redes sociales oficiales del municipio de Riobamba.

## **6.9 Recomendaciones**

Se recomienda implementar los lineamientos comunicacionales propuestos con la finalidad de fortalecer el empoderamiento ciudadano en las plataformas digitales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba debido a que estas acciones contribuirán a mejorar la interacción entre la institución y la ciudadanía en estos espacios digitales.

Se recomienda realizar un monitoreo constante de la interacción en las plataformas digitales del GADM de Riobamba para identificar si los lineamientos planteados están generando resultados positivos o si es necesario realizar modificaciones que permitan fortalecer la participación y el empoderamiento ciudadano.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba debe fortalecer la comunicación bidireccional en sus plataformas digitales con el propósito de generar espacios de diálogo e interacción donde la ciudadanía pueda expresar sus inquietudes y recibir respuestas por parte de la institución gubernamental.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, M., & Rosso, D. (2023). COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL. PENSAR UN MODELO. *Hologramática*, (38), V 5 35-48. <http://revistas.unlz.edu.ar/ojs/index.php/rholo/article/view/55>
- Anzola-Gomez, J., Rivera-Rogel, D., & Aguaded, I. (2022). Interacción social e interacción discursiva de un canal de YouTube educativo. *Fonseca, Journal of Communication*, (25), 115-132. <https://doi.org/10.14201/fjc.29406>
- Argota-Pérez, Geomanis, & Argota-Pérez, George. (2024). *Vista de Comunicación digital en redes sociales e interacción de usuarios*. PAIDEIA XXI. <https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Paideia/article/view/6497/10487>
- Baluja, W. G., & Soler, J. A. P. (2020). *Aspectos claves para la informatización y el Gobierno Electrónico*. 14(3).
- Bárceñas Barajas, K. (2020). Elecciones presidenciales 2018 en México: La ciudadanía religiosa contra la “ideología de género”. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 38(114). <https://doi.org/10.24201/es.2020v38n114.1842>
- Basurto, K. L., Ostría, M. T. L., Uscanga, M. P., Uscanga, A. P., & Flores, Y. J. (2025). Plataformas digitales en la gestión de proyectos en el sector público: Eficiencia, transparencia y gobernanza digital. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(4), 6253-6266. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i4.19244](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i4.19244)
- Berón, J. (2023). Comunicación gubernamental: Desafíos sobre el uso y traspaso del patrimonio digital de los gobiernos. *Revista Disputas*, 3(1), 92-100. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/disputas/article/view/41738>
- Camilo Mauricio, G. T., Francisco Daniel, Mendoza Vargas, Jaime Augusto, P. J., Catalina, Rocío Vega, Jacqueline, O. P., Jorge Wilfredo, V. A., Luis Fernando, C. G., Martin, T. N., Luis Alonso, C. S., Patricia Marcela, A. A., Blanca Mercedes, T. M., Edilberto, C. M., Flor Angélica, L. R., Rosa Elvira, R. R., Mario Gustavo, R. M., Luis Alberto, C. S., Juan Jose, M. R., Julia Luzmila, R. R., César Ernesto, S. T., ... José Raúl, B. G. (2024). *PERSPECTIVAS GLOBALES: CONTRIBUCIONES INNOVADORAS A LA INVESTIGACIÓN MUNDIAL*. Escuela Internacional de Negocios y Desarrollo Empresarial de Colombia. <https://doi.org/10.34893/n3656-4685-1504-f>
- Canals, A. (2020). *Plataformas digitales: Fundamentos y una propuesta de clasificación*. 1-14.
- Caputo, M. J. (2020). *La tecnología entre los representantes y los representados. Arqueología de una serie de plataformas digitales de participación*. 82-112.
- Carriquiry, A. (2022). Jürgen Habermas y lo privado vuelto al público. En la esfera pública original y en la esfera pública digital. *Ideas y Valores*, 71(180), 123-146. <https://doi.org/10.15446/ideasyvalores.v71n180.85017>
- Carriquiry, A. (2024). *Vista de Deliberación en entornos digitales y tolerancia: Repensar la esfera pública digital, con Habermas y más allá de Habermas*. <https://revistas.um.es/daimon/article/view/612101/366861>
- Casillas, M. G. A., & Avilés, V. H. V. (2024). Redes sociales digitales y derecho a la participación ciudadana. *Nuevo Derecho*, 20(35), 1-12. <https://www.redalyc.org/journal/6697/669779974001/html/>
- Cifuentes Sánchez, J. E. (2024). *UNIVERSIDAD DE BRASILIA PROGRAMA DE POSGRADO EN DERECHO*. 1-220.
- Conde, R. C. (2024). *CIBERPOLÍTICA Y GOBERNANZA. Estrategias de gobernanza para el empoderamiento de la Ciudadanía Digital*.
- Costa, E., Villa-Murillo, A., Ramírez, C., Gaete Sierra, J. E., González-Romero, F., Veyl-Ahumada, I., & Reyes-Lillo, D. (2020). *LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*

- DESDE LAS METODOLOGÍAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA, MIXTA Y SUS ASPECTOS ÉTICOS. *Universidad Viña del Mar*, 1-124. <https://repositorio.uvm.cl/server/api/core/bitstreams/70912d86-8b95-47a2-b69a-322dbd8fe637/content>
- Cuesta-Cambra, U., Niño-González, J.-I., & De-Marchis, G. (2021). Uses and gratifications of multiscreen news consumption among Spanish youth. *Communication & Society*, 15-29. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.15-29>
- De León Vázquez, S. (2022). *LA TRAMA EXPUESTA*. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES. <https://doi.org/10.33064/UAA/978-607-8834-45-7>
- Díaz De León, C. G., & De La Garza-Montemayor, D. J. (2025). Redes sociales y administración pública: Los desafíos y oportunidades de los gobiernos en la era de la comunicación digital. *Universitas*, (39), 87-103. <https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.04>
- Dorado, S., & Moreira, A. M. (2024). *Comunicación Participativa*. 102-105.
- Dután Narváez, M. L., Pozo Cabrera, E. E., & Trelles Vicuña, D. (2022). La participación ciudadana en la constitución del Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(Extra 2), 453-490. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8651448>
- Encarnación Ordoñez, S. J., Díaz Toledo, D. A., & Armijos Campoverde, M. I. (2021). Reflexiones sobre gobierno electrónico y participación ciudadana en Ecuador. *Revista Eurolatinoamericana de Derecho Administrativo*, 8(1), 77-98. <https://doi.org/10.14409/redoeda.v8i1.9562>
- Erraez-Donaula, E. P., Bustamante-Ordoñez, T. S., & Espinoza-Freire, E. E. (2025). La vinculación del GAD municipal con la comunidad: Un análisis profundo de la literatura. *Sociedad & Tecnología*, 8(2), 382-394. <https://doi.org/10.51247/st.v8i2.553>
- Espinel Rubio, G. A., Hernandez Suarez, C. A., Prada Nuñez, R., & Hernandez Suarez, C. A. (2021). *Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: De lo entretenido a lo educativo*. 137-156. <http://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/1260>
- Fabrika, A., Kostyshyna, T., Kliuienko, E., Mats, T., & Kharchenko, L. (2024). Democracia digital y gobierno de la inteligencia artificial: Problemáticas sociales. *Interacción y perspectiva: Revista de Trabajo Social*, 14(2), 328-340. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9736781>
- Fajardo Carrillo, J. E., & Martínez Araujo, Z. (2022). Comunicación participativa como base de incidencia. En *La Migración Suma: Manual para la incidencia y la generación de estrategias de integración socioeconómicas en países de acogida*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/203314>
- Flores Farro, Y. A. (2021). Gobierno electrónico y gestión pública. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13807-13821. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i6.1359](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1359)
- Ford, E. (2019). *El Reto de la Democracia Digital* (By V. Ticona, Oficina Nacional de Procesos Electorales, Konrad Adenauer Stiftung e.V., Konrad Adenauer Stiftung e.V., & Tarea Asociación Gráfica Educativa; p. 180). <https://www.democraciadigital.pe/sites/default/files/libro-el-reto-de-la-democracia-digital.pdf>
- Fuchs, C., Marotias, A., Quiña, G., Cafassi, E., & Dolcemáscolo, A. (2021). Los comunes digitales y la esfera pública digital: Sobre cómo hacer avanzar la democracia digital en la actualidad. *Hipertextos*, 9(16), 13-34. <https://doi.org/10.24215/23143924e038>

- Galiano Maritan, G., Morffi Collado, C. L., Bravo Pláceres, I., & Marriot Zurita, G. A. (2023). La participación ciudadana: Fundamento esencial de la democracia en Ecuador. *Uniandes Episteme. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 10(4), 500-522. <https://doi.org/10.61154/rue.v10i4.3207>
- García García, F., Gil Ruiz, F. J., & Rosado Millán, M. J. (2020). Narrativas digitales y empoderamiento ciudadano. Estudio sobre la percepción. *ASRI. Arte y Sociedad. Revista de Humanidades digitales*, (enero). <https://www.eumed.net/rev/asri/18/estudio-percepcion.html>
- García, W. F. (2020). *PLATAFORMAS DIGITALES 2020*. Ediciones Fiscales ISEF.
- García-Orosa, B., Canavilhas, J., & Vázquez-Herrero, J. (2023). Algorithms and communication: A systematized literature review. *Comunicar*, 31(74), 9-21. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-01>
- Gil-Fernández, R., & Calderón-Garrido, D. (2021a). Implicaciones de la Teoría de Usos y Gratificaciones en las prácticas mediadas por redes sociales en el ámbito educativo. Una revisión sistemática de la literatura: Una revisión sistemática de la literatura. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 39(2), 63-74. <https://doi.org/10.51698/aloma.2021.39.2.63-74>
- Gil-Fernández, R., & Calderón-Garrido, D. (2021b). Implicaciones de la Teoría de Usos y Gratificaciones en las prácticas mediadas por redes sociales en el ámbito educativo. Una revisión sistemática de la literatura: Una revisión sistemática de la literatura. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 39(2), 63-74. <https://doi.org/10.51698/aloma.2021.39.2.63-74>
- Gil-Quintana, J. (2021). Competencias mediáticas para el empoderamiento digital. Estudio de caso de los inmigrantes hispanos en Estados Unidos. *ReiDoCrea: Revista electrónica de investigación Docencia Creativa*, 1-11. <https://doi.org/10.30827/Digibug.70948>
- Giménez, S. (2023). *Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023*. 1-41.
- Gómez-Barrera, J. C. (2021). *Estudiar las redes sociales: Perspectivas teóricas para un análisis Studying social media networks: Theoretical perspectives for an analysis Estudo das Redes Sociais: Perspectivas Teóricas para uma Análise*. 190-203.
- González-Vega, A. M. D. C., Sánchez, R. M., Salazar, A. L., & Salazar, G. L. L. (2022). La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones: *New Trends in Qualitative Research*, 14, e571. <https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>
- Gutierrez, A. G. T., Vargas, A. P. D., Rojas, D. P. R., & Rodríguez, L. E. (2020). *REDES SOCIALES EN LA INTERACCIÓN SOCIAL*. 1-69.
- Henao Caleño, D. F. (2022). *LOS ALGORITMOS Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CONTEXTO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA "UNA NUEVA GOBERNANZA DIGITAL"*. 495-507.
- Henriquez Pino Santos, P. C., Sánchez Pérez, L., Henriquez Pino Santos, P. C., & Sánchez Pérez, L. (2020). Impacto del programa educativo de la Cátedra Universitaria del Adulto Mayor en el empoderamiento comunitario. *Revista Cubana de Educación Superior*, 39(1). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0257-43142020000100005&lng=es&nrm=iso&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0257-43142020000100005&lng=es&nrm=iso&tlng=en)
- Jiménez-Munive, J. M., Luna-Nemecio, J., & Jiménez-Munive, C. (2022). Empoderamiento social y organizacional como un modelo de investigación para alcanzar la sustentabilidad. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 34(1), 138-145. <https://doi.org/10.33975/riuv.vol34n1.558>

- Ladrón De Guevara Muñoz, L. A. (2023). La Comunicación Pública como Herramienta Estratégica para el Desarrollo Local [Journal-article]. *Revista Iberoamericana de Gobierno Local*, Número 23.
- Loayza, M. M. L. A., Malpartida, M. H. J. C. L., & Peña, D. L. E. G. (2021). Participación ciudadana en los gobiernos locales: Una revisión latinoamericana. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 10070-10091. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i5.1054](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.1054)
- Machado Biasibetti, J., & Florczak De Oliveira, R. (2025). Gestión de crisis en el contexto de la comunicación pública brasileña: Una mirada a la inclusión de la incertidumbre en la investigación. *Sintaxis*, (14), 31-48. <https://doi.org/10.36105/stx.2025n14.03>
- Macías-Ibarra, G. A., & Chaparro, A. G. (2025). La participación ciudadana y el gobierno abierto en la era digital: Una mirada desde la IA. *Universitas*, (43), 123-150. <https://doi.org/10.17163/uni.n43.2025.05>
- Maldonado-Lozano, A. E., Paredes-Aguilar, L., & Alvarado, G. del P. P. (2021). Gestión de gobierno abierto en las instituciones públicas: Una revisión de la literatura. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(2), 137-152. <https://doi.org/10.51798/sijis.v2i2.82>
- Martín Martínez, S. G., & Castiblanco Carrasco, R. A. (2024). Interacciones en las redes sociales virtuales: Una revisión sistemática de la literatura. *Revista Fuentes*, 1(26), 1-12. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2024.22046>
- Martínez, D. V. S. (2022). Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 9(17), 38-39. <https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.7928>
- Mollo, S. E. C. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1865-1879. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7016](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7016)
- Moreano Guerra, C. B., Escobar Erazo, T. E., Haro Haro, E. R., & Villagomez Valencia, P. A. (2024). Redes Sociales y su Impacto en el Entorno Digital de las Empresas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 831-857. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2.10531](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10531)
- Moreira-Mera, M. M., & Hidalgo-Avila, A. A. (2020). *Gobierno electrónico en el Ecuador Electronic government in Ecuador Governo eletrônico no Equador*. 5(07).
- Moreno Manzo, J. M., & Navarro Chávez, J. C. L. (2019). Factores determinantes de la reputación gubernamental: Una ponderación a través del algoritmo de Saaty. *CIENCIA ergo sum*, 27(1), e71. <https://doi.org/10.30878/ces.v27n1a3>
- Morillo Revelo, J., Morales Puruncaja, I., & Tobar Cazares, L. (2020). GOBIERNO DIGITAL EN AMÉRICA LATINA: ¿UN RETO DE LA GESTIÓN PÚBLICA DE GOBIERNO ABIERTO? *FIGEMPA: Investigación y Desarrollo*, 1(2), 32-41. <https://doi.org/10.29166/revfig.v1i2.2467>
- Morlà, C. G., García, M. R., & Castell, D. V. (2022). Comunicación, cultura y relato: Una propuesta para repensar las bases teóricas de la comunicación participativa. *Estudios sobre las culturas contemporáneas (Colima)*, 28(55), 11-28. <https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/culturascontemporaneas/article/view/431>
- Negrete Huelga, K. (2022). Comunicación en el gobierno: Lo gubernamental y lo público en la transformación de la relación con el ciudadano. *Sintaxis*, (8), 100-112. <https://doi.org/10.36105/stx.2022n8.07>
- Ochoa Tinoco, C., Méndez Bahena, B., & Maldonado Garnica, J. (2023). Participatory Budget and Citizens' Empowerment in Mexico City. *Sociológica*, 39(107), 41-78. <https://doi.org/10.24275/OBOO1568>

- Ochoa-Pachas, J. M., & Yunkor-Romero, Y. K. (2021). Los estudios explicativos en el campo de las ciencias sociales. *ACTA JURÍDICA PERUANA*, 4(1), 95-113. <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/277>
- Ortiz, F. J. C., & Johnson, G. L. L. (2025). Revisión sistemática sobre la comunicación gubernamental en gestión de crisis desde la perspectiva de gobiernos locales. *Impulso, Revista de Administración*, 5(9), 281-295. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.5i9.80>
- Pac, A. B., Trinidad, F., Ramos, M. G., & Corbacho, V. B. (2020). Metáforas e imagen pública de las ciencias. *Comunicación*, (42), 11-29. <https://doi.org/10.18566/comunica.n42.a02>
- Pinho De Oliveira, M. F. (2020). Gobierno Abierto y Participación Ciudadana. Algunas normas necesarias en Venezuela. *Derecho Global. Estudios sobre Derecho y Justicia*, 5(15), 63-88. <https://doi.org/10.32870/dgedj.v5i15.255>
- Ramírez Alujas, Á. (2021). *Vista de Las políticas de gobierno abierto en Iberoamérica. Explorando una década de cambios en el contexto de la Alianza para el Gobierno Abierto (2011-2021)*. <https://revista.clad.org/ryd/article/view/politicas-de-gobierno-abierto-en-iberoamerica-alianza-2011-2021/494>
- Rodríguez Casallas, D. F., Páez, Á., Román Acosta, D., & Rodríguez Torres, E. (2024). Participación ciudadana, gobernanza democrática y derecho al desarrollo: Una revisión sistemática. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(1), 198-214. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9290651>
- Sánchez Y Sánchez, C. L., & Hernández Olvera, K. (2024). La encuesta como técnica de investigación en la Ciencia Política. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (37), 13-31. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.37.88492>
- Sierra Rodríguez, J. (2022). DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA A LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA. LOS CONTORNOS DE LA PARTICIPACIÓN. En J. Tudela, F. Reviriego, & J. Sierra, *ESCENARIOS DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA: UNA VISIÓN MULTINIVEL* (22.ª ed.). Fundación Manuel Giménez Abad. <https://doi.org/10.47919/FMGA.OC22.0102>
- Solano Peralta, D. J. (2024). *Esta obra está bajo licencia CC BY-NC-SA 4.0*. 1-7.
- Támara Trujillo, S. G., & Espinoza Olcay, W. A. (2023). Gobierno electrónico en la gestión de la administración pública. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 8(1). <https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i1.5438>
- Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, (29), 222-239. <https://revistaprismasocial.es/ps/article/view/3558>
- Torres Lozano, Á. J. (2023). *Ensayo enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo de la organización social*. 1-10.
- Torres, M. A. A. (2020). Las redes sociales. Beneficios y riesgos para el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Portal de la Ciencia*, 1(1), 55-68. <https://doi.org/10.51247/pdlc.v1i1.288>
- Valor Mañozca, M. A. (2023). *Como mecanismo de desarrollo*. 1-14.
- Viana, I. W. S. (2024). Los Semilleros de Investigación y el Desarrollo de Competencias Investigativas: Análisis de la Revisión Documental del Estado del Arte. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(3), 10264-10286. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i4.12179](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12179)
- Vidal Guerrero, T. (2022). Enfoque cuantitativo: Taxonomía desde el nivel de profundidad de la búsqueda del conocimiento. *Llalliq*, 2(1), ág. 13-27. <https://doi.org/10.32911/llalliq.2022.v2.n1.936>

- Vignale, J. (2020). Ciencia, universidad y sociedad: Aportes y desafíos para una comunicación pública de la ciencia con perspectiva crítica. *Re-presentaciones: Periodismo, comunicación y sociedad*, (14), 6-24. <https://doi.org/10.35588/rp.v1i14.4748>
- Villanueva Lomelí, R., Rectoría General, Solís Gadea, H. R., Vicerrectoría Ejecutiva, Gómez Mata, G. A., Secretaría General, Padilla Montes, L. G., Rectoría del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Robles Robles, M., Coordinación de Entidades Productivas para la Generación de Recursos Complementarios, Karp Mitastein, S., Dirección de la Editorial, Avilés González, C. O., Dirección, Acosta Silva, A., Coordinación del proyecto Jalisco a Futuro, Garibaldí Álvarez, E., & Jefatura de la Unidad de Estudios de Opinión, Actitudes y Valores. (2024). *Jalisco a futuro 2050*. [https://jaliscoafuturo.mx/wp-content/uploads/2024/08/JAF2\\_JaliscoManana\\_1.pdf](https://jaliscoafuturo.mx/wp-content/uploads/2024/08/JAF2_JaliscoManana_1.pdf)
- Zavala, K. G., Rico, A. J., & Córdoba, P. C. L. (2021). Elementos esenciales que garantizan el gobierno abierto: Diagnóstico mexicano. *Vinculatégica EFAN*, 7(2), 251-259. <https://doi.org/10.29105/vtga7.1-99>

## 8. ANEXOS

### 8.1 Entrevista al sociólogo Carlos Moreno Arteaga

#### **Preguntas:**

**¿Qué redes sociales del GADM Riobamba conoce o ha utilizado durante enero – junio de 2025?**

La red social de Facebook y en algunas ocasiones la red social de TikTok.

**¿Con qué finalidad suele revisar o interactuar con esas plataformas institucionales?**

Sobre todo, para poder conocer lo que es la actividad que desarrolla la municipalidad y, además, también los conflictos que se generan. Esto debido a que al tener el municipio algunos espacios tanto del concejo como del municipio o de las diversas direcciones o departamentos permite acceder a información de lo que están haciendo o de lo que piensan hacer, pero también de los conflictos que se generan al interior, especialmente en el concejo cantonal.

**¿Considera que las redes sociales del GADM Riobamba facilitan el acceso a información útil para la ciudadanía? ¿Por qué?**

Facilitan para un sector de la población no para la totalidad porque a veces se sobredimensiona las redes sociales pensando que todas las personas tienen acceso a la misma o pueden manejarla. En este caso si facilita, pero para un sector comúnmente sectores jóvenes que han logrado acceder a manejar este tipo de redes y también depende del tema económico, es decir, poblaciones que puedan tener dispositivos que les permita conectarse porque en el caso de sectores rurales a veces tienen el dispositivo, pero el dispositivo es elemental, es decir, que solo cuentan con el teléfono, entonces si facilitan, pero uno de los errores es que no complementan con lo que deberían ser algunas prácticas anteriores que se tenían con otros medios de comunicación convencionales.

**¿Cree que estas plataformas funcionan como espacios reales de diálogo entre ciudadanía y municipio?**

De dialogo no, en este caso solo de conocimiento porque si fuera de dialogo implicaría interactuar entre dos personas donde una persona pregunta, la otra persona contesta y viceversa, esa forma sería un dialogo. En el caso del municipio tendría un mecanismo de comunicación de una sola vía porque existen los comentarios que la ciudadanía puede hacer y la institución responda de vez en cuando con algún comentario y en algunas ocasiones anónimos no contribuyen a generar la idea de que la institución permita el dialogo, lo que da como resultado lo que comúnmente se dice lo que es la verdad o la única información porque no se puede preguntar.

**¿Ha comentado, consultado, cuestionado o propuesto algo en las redes del GADM Riobamba? ¿Qué respuesta obtuvo?**

En este caso fue más por un tipo de consulta e intentó casi no interactuar porque no se obtiene ninguna respuesta, además, no hay ningún tipo de cierre en la información o los comentarios todo eso, por eso me cuidó porque un comentario puede que provoque no solo la reacción del municipio, sino también el insulto de otra gente, a veces hasta troll, por eso prefiero no comentar en esos espacios y si lo utilizado es más como consulta.

**¿Hasta qué punto considera que la ciudadanía puede incidir en decisiones o acciones públicas a través de estas plataformas?**

Funciona en la medida que las plataformas cumplan su papel en este caso de comunicar y que esa comunicación que genere movilice a la gente a los otros espacios donde pueda existir la interacción, no solo para el tema de los programas culturales, de lo artístico, porque no se genera ningún tipo de dialogo porque se va a disfrutar de lo que oferta el municipio, sino que la convocatoria aprovechando las redes sociales, la convocatoria permita que la gente asista, por ejemplo, a un espacio de foro, de lo que se conoce como un cabildo abierto, de una asamblea de ciudadana, es en estos espacios donde se puede establecer un dialogo no solo con la principal autoridad, sino con los otros integrantes de concejo y también los técnicos, los directores, los cuadros medios porque a veces hay soluciones que se tienen en esos espacios que no necesitan llegar a otros niveles. En este caso cumpliría su papel solo en la medida en que convoque a los espacios reales de dialogo.

**Desde su experiencia, ¿las redes sociales del GADM Riobamba fortalecen o limitan el empoderamiento ciudadano? ¿Por qué?**

Lo que hacen es limitar el empoderamiento porque al garantizar solo una información hace que la ciudadanía se vuelva pasiva, es decir, muy bien si ha de ser es lo que dicen, eso es lo que están haciendo, pero no genera ese espacio donde la ciudadanía pueda cuestionar, preguntar, satisfacer la inquietud que tengan, ratificar lo que la información dice. Entonces hay el riesgo de que las redes se conviertan en lo que pasa con las rendiciones de cuenta que tienen obligaciones de dar las instituciones, en donde no es un espacio donde la ciudadanía pueda dialogar, solo se va a escuchar lo que dice y termina siendo lo que se conoce popularmente un saludo a la bandera, en donde se habla y termina les dan un coctel y se acabó, pero no se genera un espacio tal como determina la ley para el tema de rendición de cuentas donde la ciudadanía puede preguntar, donde se puede satisfacer las inquietudes porque ellos tienen la obligación. En este caso las redes en vez de movilizar pueden terminar haciendo ese papel, el de garantizar un nivel de información, pero no moviliza para lo que sería la gestión ciudadana, la participación ciudadana y un mayor involucramiento ciudadano en lo que es la participación de los GADs.

**¿Qué debilidades identifica en la gestión de la interacción digital del municipio?**

Sobredimensionar el poder de las redes pensando que las mismas están llegando al conjunto de la población y sobredimensionar el poder sin garantizar los espacios de vínculo directo porque con tal de que comuniquen por la red creen que se ha hecho el trabajo y la municipalidad es una de las que permanentemente está en conflicto porque se plantea unas cosas en redes y después la ciudadanía se entera que no fue así. Por ejemplo, en estos días se ha presentado conflictos por el tema de los mercados, mientras que en las redes sociales se anuncia que se ha conversado, socializado en la realidad un sector o una parte de los comerciantes de los mercados dice que no fue así. Esto sucede porque se informa, pero no existe un canal que pueda cotejar la información a ver si lo que dijo es cierto o como debe ser.

**¿Qué cambios recomendaría para que las redes sociales del GADM Riobamba promuevan una participación más activa y transformadora?**

Primero que las redes puedan identificar mejor los segmentos a los que llegan, identificar el tipo de poder que pueda tener ese segmento en una gestión municipal que es

una de las principales tareas identificar el segmento al que llegan, identificar también el poder de ese segmento porque están llegando a un segmento en el que la práctica no tenga ningún poder, entonces de que sirve si solo termina siendo un medio solo de comunicación de una vía. La segunda es que las redes fortalezcan lo que es la información desde la ciudadanía, a veces si se hace algún tipo de entrevista, se consulta, pero el mayor porcentaje de la información está llegando desde arriba hacia abajo cuando debería permitirse comunicar lo que la gente piensa porque cuando habla la gente en las redes en este caso del GAD lo que se encuentra es para agradecer la obra, no está mal, pero no podría ser el único propósito de su participación, debería ser para todo, para los problemas que son públicos que la gente reclama, es decir, dar voz a los ciudadanos, en este caso es que se profundice lo que la gente piensa y opina y eso se difunda, a veces pueda que los ciudadanos no quieran oír lo que les interesa, pero eso también es parte de una administración de escuchar lo que la gente piensa en la realidad y la tercera parte fortalecer mayores mecanismos de participación ciudadana en donde la gente pueda conocer, proponer, escuchar, contar y ya no solo la autoridad principal, sino en conjunto porque la autoridad principal atiende los días jueves a la ciudadanía, pero la administración es de un cuerpo colegial, por algo se llama concejo cantonal, pero al haber esos conflictos internos se termina siendo una especie de caudillo por eso es que hay los conflictos porque no hay una comunicación entre ellos mismos. Al igual que retomar algunos mecanismos que eran prácticos, por ejemplo, algún tipo de boletín que lee gente de edad adulta, un boletín pequeño que se puede ayudar, la radio tradicional, pero como espacios de interacción, no solo como espacios de comunicación, entre otros mecanismos que se podrían indagar para llegar a la ciudadanía.

## **8.2 Entrevista a Community Manager Fernando Flores**

### **Preguntas**

#### **¿Cuál fue el objetivo principal de la gestión de redes sociales del GADM Riobamba entre enero y junio de 2025?**

Los principales objetivos que obtuvimos en ese periodo fue incrementar la socialización de la información con relación a obra pública, gestión ambiental y el periodo de festividades de abril de esa fecha.

#### **¿Qué plataformas digitales se priorizaron en ese periodo y por qué?**

La prioridad siempre ha estado en todas las plataformas que tienen productos audiovisuales, en su mayoría videos particularmente TikTok que ha sido la plataforma que más impulso ha recibido con este tipo de productos.

#### **¿Qué tipo de contenidos se publicaron con mayor frecuencia?**

Lo que mayormente se publicó fueron galerías de fotografías, videos reels, TikToks y menor cantidad artes gráficos informativos.

#### **¿Cómo entiende la institución la interacción con la ciudadanía en redes sociales?**

La interacción en las redes sociales del municipio al ser un canal público y tener un acceso total para la ciudadanía pues llega hacer un espacio en el cual la misma ciudadanía suele utilizarlo para informar particularidades, novedades de algunos barrios, quejas, necesidades inclusive, por ello la interacción que existe con redes sociales es fundamental, más aún el feedback que existe como institución al receptor toda esta información, todas

estas solicitudes y trasladarlas a las entidades, subdirecciones, jefaturas que corresponden para darles una respuesta adecuada como institución a todas estas particularidades de la gente.

### **¿Qué tipos de comentarios, consultas o reclamos reciben con mayor frecuencia por parte de los usuarios?**

Uno de los inconvenientes bastante fuertes y que es de conocimiento público a nivel general es el tema del mantenimiento vial debido a que ha existido serios problemas en cuanto a la dotación de la materia base como tal para la fabricación del asfalto y en ese sentido se puede mencionar que desde ese año asido bastante frecuente y debido también al temporal lluvioso que afecto mucho al tema de arterias viales se contó o se registró un gran número de situaciones que demandaban un mantenimiento vial, el tema de bacheo, de asfaltado, adoquinado, particularmente el tema del bacheo porque es el que de alguna manera es como una herramienta o como un proyecto que permite solventar estas necesidades de manera inmediata más en ese sentido siempre ha habido la necesidad y otro aspecto también ha sido el tema de la recolección de residuos como es de conocimiento general ha existido una necesidad urgente del municipio por ir mejorando estos procesos en cuanto a la recolección de residuos.

### **¿Existe un protocolo para responder mensajes, comentarios o denuncias ciudadanas? ¿Cómo funciona?**

Existe un protocolo incluso está mucho más reforzado de aquel entonces, se puede comentar que inclusive actualmente las redes sociales están de alguna manera con una mejor respuesta porque hay una persona que está específicamente en esa área, porque en el periodo que estuve, no estuve solo como community manager, sino también con otras responsabilidades que ameritan las acciones. El protocolo es bastante sencillo se receptan los mensajes, se leen los comentarios y se van filtrando en base a los chats que existen, por ejemplo, si alguien comenta un problema, se toma una captura de ese mensaje se envía a un chat donde están los jefes de esas áreas, así con las otras direcciones también.

### **¿Considera que las redes sociales del GADM Riobamba son espacios de participación ciudadana o principalmente de difusión informativa?**

Si son espacios de participación ciudadana porque inclusive dentro de algunos procesos que ha emprendido la alcaldía de la gente ha habido participación directa a través de redes sociales, por ejemplo, cuando existieron los concursos para el tema de murales de la plaza bicentenario o exclub ferrobarrío se utilizaron las redes sociales como canales para que la gente pueda votar por cual serían los diseños que más opción tenían de ser plasmados, otro ejemplo, es cuando se hizo el cambio de la pintura de las fachadas del mercado San Francisco, también se hizo ese ejercicio de pedir a través de las redes sociales la participación de la gente para que sean estos votos los que determinen esas decisiones y así inclusive en otras áreas, lo cual determina que si es un espacio de participación ciudadana.

### **¿Qué señales o indicadores les permiten identificar que existe involucramiento o empoderamiento ciudadano en redes?**

Cuando hay temáticas que son bastante frecuentes en cuanto al ser mismo, porque en redes sociales también existe el hecho de tener información que se va priorizando en base al algoritmo, entonces si una temática está bastante comentada o es de interés de la misma

ciudadanía el mismo algoritmo no solo en la página o en las redes sociales oficiales empieza a dar impulso, sino también a través de todas las plataformas como tal.

**¿Cuáles son las principales dificultades para mantener una comunicación bidireccional con la audiencia?**

Entre las dificultades hay que entender que todos son procesos que se van construyendo que de alguna manera no existe esa información de respuesta inmediata debido a que en el sector público muchos procesos toman mucho tiempo o inclusive mucha tramitología, entonces en ese sentido es bastante complicado como en el hecho de a veces dar la respuesta para ese momento puntual, por lo cual se debe esperar a tener una respuesta técnica, por esta razón existe cierta complejidad.

**¿Qué acciones considera necesarias para que las redes sociales institucionales aporten más al empoderamiento ciudadano?**

Los ejercicios de participación ciudadana de pedir a través de las publicaciones su criterio, su punto de vista sobre los proyectos, las iniciativas, además, los ejercicios de transmisiones en vivo donde se pregunta a la ciudadanía, también, por ejemplo, estamos haciendo esta situación que opinan vecinos, vecinas. A través de esto ejercicios permiten la participación de la gente por medio de las redes sociales donde cumplen el rol que en este caso es que las personas sean parte de las decisiones y pueda sentirse inclusive tomadora de decisiones.

### **8.3 Entrevista a ciudadano Juan Ramon Gonzáles**

**¿Qué redes sociales utiliza con mayor frecuencia en su vida cotidiana?**

Instagram, Facebook, YouTube y TikTok.

**¿Sigue o revisa las redes sociales del GADM Riobamba? ¿Cuáles?**

No suelo utilizar, no es de mi agrado el manejo de redes sociales del municipio, pero hay publicaciones que hasta pautan y uno está obligado a ver, por lo general en Facebook es lo donde la institución tiene más presencia.

**¿Qué tipo de información busca o encuentra normalmente en esas plataformas?**

No busco, pero esperaría que tengan una información que sea educativa, integral e involucre a la sociedad. Lo que encuentro es pura publicidad vana, sin sentido, llena de ego y sin un objetivo claro.

**¿Considera que las redes del municipio le ayudan a estar informado sobre lo que ocurre en la ciudad? ¿Por qué?**

No realmente no, porque no es bien manejada la comunicación, me parece estar viendo parodias más que información.

**¿Alguna vez ha comentado, reaccionado o enviado un mensaje al GADM Riobamba en redes sociales? Cuente su experiencia.**

Si, se les ha comentado con altura, se les ha dicho las cosas que no están bien y más allá de tener una respuesta positiva, ellos actúan de una manera bien distorsionada porque la interacción con el público no es para recibir una crítica constructiva o consejo, al contrario, lo único que hacen es más bien chocar, responden de mala manera a los usuarios.

**¿Recibió respuesta o solicitud a su inquietud cuando interactuó con el municipio por medios digitales?**

Para nada.

**¿Siente que su opinión es tomada en cuenta en las redes sociales institucionales?**

Cuenta por la experiencia y el tiempo que se ha tenido dentro del quehacer de la comunicación y toda la transformación desde la época radio, televisión y hoy medios digitales, creo que si vale nuestra opinión porque se ha sentido a lo largo de los años. En el año 2011, justo como un día como hoy 29 de abril, los riobambeños culminamos una etapa fuerte de lucha que se realizó solamente en redes sociales, lo que quiere decir que las redes sociales bien utilizadas, bien llevadas nos pueden dar buenos resultados.

**¿Cree que estas plataformas motivan a los ciudadanos a participar más en asuntos públicos de la ciudad?**

No, más bien yo diría que es un espacio donde los empleados públicos pueden alagarle al jefe de turno.

**¿Qué aspectos le gustan y cuáles deberían mejorar en las redes sociales del GADM Riobamba?**

De mejorar hay mucho porque no hay una sola campaña bien realizada, por ejemplo, para educar a la gente con el uso de la ciclovía, no hay una sola buena campaña para educar a la sociedad acerca del uso de los desechos, de la basura que motive a no ensuciar la ciudad a cuidar. En fin, es un espacio solo para que el alcalde o el personal de turno se heche flores y creo que acá en la ciudad la sociedad necesita que esto sea bien aprovechado en campañas de educación.

**¿Qué tendría que hacer el municipio para que usted se sienta más escuchado y con mayor capacidad de participación a través de redes sociales?**

Bueno no es una necesidad de ser escuchado por parte de la autoridad de turno porque el sabio escucha, el necio en cambio discute y busca discordia y eso es lo que hace la actual administración, lo único que faltaría creo que es que termine su tiempo ya de administración.

#### **8.4 Análisis de las publicaciones**

**Enlace de la matriz de las publicaciones:**

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/11vgNIKWzMoG\\_SaCFyvegjAG5-CNGlm8W/edit?usp=drive\\_link&ouid=118213768361196521779&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/11vgNIKWzMoG_SaCFyvegjAG5-CNGlm8W/edit?usp=drive_link&ouid=118213768361196521779&rtpof=true&sd=true)

## 8.5 Entrevistas fotografías

### Figura31

*Carlos Moreno Arteaga*



*Nota.* Captura de pantalla tomada de una reunión en la plataforma Zoom.

### Figura32

*Fernando Flores*



*Nota.* Fotografía tomada de la entrevista en modalidad presencial.

### Figura33

*Juan Ramon González*



*Nota.* Fotografía tomada de la entrevista en modalidad presencial.