UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

(UTN)

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

CARRERA: COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

"CRISIS REPUTACIONAL Y COMUNICACIÓN POLÍTICA: ANÁLISIS DE CASO DE LA GOBERNACIÓN DE IMBABURA, 2025"

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

Línea de investigación: Desarrollo social y del comportamiento humano

Autora: Alisson Santacruz León

Directora: MSc. Carla Gabriela Arcos Cuaspud

Ibarra – Ecuador 2026

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Santacruz León Alisson

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Crisis reputacional y comunicación política: Análisis de caso de la Gobernación de Imbabura, 2025"
AUTOR (ES):	Santacruz León Alisson
FECHA: AAAAMMDD	2026/11/24
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	■ PREGRADO ☐ POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Comunicación
ASESOR / DIRECTOR:	MSc. Carla Gabriela Arcos Cuaspud/ PhD. Claudia Ruiz

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los **24 días del mes de noviembre de 2026**

EL AUTOR:



(Firma) ……

Nombre: **Alisson Santacruz León**

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 24 de noviembre de 2026

MSc. Carla Gabriela Arcos Cuaspud

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Ibarra, a los 24 días del mes de noviembre de 2026.



(f) ……

MSc. Carla Gabriela Arcos Cuaspud

C.C.: 1003799655

DEDICATORIA

Necesitaría más de un par de párrafos para agradecer a cada una de las personas que siempre me han apoyado y han creído en mi a pesar de las cosas que han pasado en el trayecto de este largo camino. Por eso este trabajo va dedicado a cada una de ellas, en especialmente a mis padres Rómulo Santacruz y Juanita Marlene León, que han sido el pilar fundamental en todo este recorrido, ellos que siempre han tenido las palabras correctas para alentarme cuando he sentido no poder más, ellos que siempre me han dado su amor incondicional, va dedicado mis hermanas ya que ellas son mi más grande motor para yo continuar día tras día y así también va dedicado a demás familiares que siempre han estado cuando más lo he necesitado en especial a mi tía Chary, que ha sido como una segunda madre para mí, va dedicado a cada uno de mis amigos que con las palabras correctas siempre me han ayudado a sobresalir, amigos que vienen de etapas pasadas y amigos que se fueron sumando en el camino, a cada uno de ellos gracias, porque cada enseñanza, momento o cada muestra de afecto que siempre han tenido hacia mí, todo lo que hemos vivido quedará marcado en mí, hay personas que se volvieron más que amigos y eso siempre lo llevaré en el corazón. También quiero dedicar este gran trabajo a mi abuelita Dolores María Congo (+), quién siempre estuvo para mi cuando más lo necesitaba, se que donde quiera que este esta muy orgullosa de lo que he logrado hasta el día de hoy, siempre recordaré las veces en que decía que su nieta era muy inteligente y que donde quiera que este iba a sobresalir, por eso y muchas cosas más esto va dedicado a ella.

A mi querido Danny (+) que tristemente ya no me pudo acompañar hasta aquí, pero siempre me acompaño desde el inicio y vio el potencial que tengo y siempre a pesar de todo me apoyo en todo este trayecto, te lo dedico y sé que estas muy orgulloso de lo que he logrado.

Esto también va dedicado a mi actual pareja Esteban, quien ha sido mi amigo, consejero y también muchas de las veces pañuelo de lágrimas, quien ha soportado los días en que ya no podía más, pero él siempre estuvo y sé que estará, es uno de los más lindos regalos que la vida me regalo, sabe que lo quiero con todo mi corazón. Y por último a la Universidad Técnica del Norte, por abrirme un espacio donde pude descubrir mi vocación por la comunicación y por la investigación social.

Alisson Santacruz León

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios y a la vida por haberme permitido esta linda experiencia, agradecer a mis padres por siempre ser el soporte para cumplir cada uno de mis sueños, las palabras quedan cortas para recompensar cada una de las cosas que han hecho por mí, por todo muchas gracias.

Agradezco de manera especial a mi directora de tesis, MSc. Carla Gabriela Arcos Cuaspud, por acompañarme con rigor y paciencia y por sus observaciones oportunas, gracias a las cuales este trabajo llegó al nivel académico requerido. De igual forma a la PHD. Claudia Ruiz quien también fue parte de está ardua investigación, También a la Universidad Técnica del Norte y a la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, donde me formé durante estos años. A Edison Andrés Teanga Tulcán, responsable de la Unidad de Comunicación de la Gobernación de Imbabura, y a los demás profesionales entrevistados les agradezco que compartieran su testimonio, porque sin él esta investigación habría quedado incompleta. Y a mi familia y amistades, que me apoyaron en cada etapa de este proceso. Hoy quizás se termina una etapa, pero es el inicio de muchas más que están por llegar

Alisson Santacruz León

RESUMEN

Esta investigación analizó la relación entre la estrategia comunicacional de la Gobernación de Imbabura y la percepción ciudadana durante la crisis reputacional de 2025, originada en el paro nacional que siguió a la eliminación del subsidio al diésel. Se trabajó con un enfoque mixto y un diseño convergente que integró tres técnicas aplicadas de forma independiente. La encuesta se aplicó a 384 ciudadanos mayores de 18 años mediante un muestreo no probabilístico; el análisis de contenido examinó 54 publicaciones institucionales difundidas en redes sociales, y las entrevistas semiestructuradas recogieron el testimonio de un comunicador institucional, un periodista local y un analista de comunicación política. La valoración ciudadana de la

comunicación fue baja, con un promedio de 1,71 sobre 5, y el 72,7 % de los participantes la calificó como mala o muy mala. En el corpus predominó el tono técnico (38,9 %) sobre el defensivo (24,1 %); el 29,6 % de las piezas tuvo carácter reactivo y ningún comentario ciudadano recibió respuesta (0 %). La institución se pronunció sobre cinco de los siete eventos críticos identificados, con un tiempo promedio aproximado de 7,6 horas hasta la primera publicación. Dentro de la muestra, la oportunidad, la transparencia y la confianza percibidas mostraron asociaciones positivas entre sí (rho entre 0,46 y 0,72), si bien el diseño transversal impide hablar de causalidad. Por esa misma razón no puede afirmarse que la comunicación haya causado el deterioro reputacional; los datos indican que las debilidades comunicacionales y la valoración negativa coincidieron en el periodo estudiado y se refieren a los participantes encuestados, no al conjunto de la población provincial.

Palabras clave: crisis reputacional, comunicación política, percepción ciudadana, Gobernación de Imbabura, gestión de crisis.

ABSTRACT

This study analyzed the relationship between the communication strategy of the Governorship of Imbabura and citizen perception during the 2025 reputational crisis, which arose from the national strike that followed the removal of the diesel subsidy. A mixed-methods approach was used, with a convergent design that integrated three techniques applied independently. The survey was administered to 384 citizens aged 18 and over through nonprobability sampling; the content analysis examined 54 institutional posts published on social media, and the semi-structured interviews gathered the views of an institutional communicator, a local journalist and a political communication analyst. Citizens rated the communication poorly,

with a mean score of 1.71 out of 5, and 72.7 % of participants described it as bad or very bad. In the corpus, a technical tone (38.9 %) prevailed over a defensive one (24.1 %); 29.6 % of the posts were reactive, and no citizen comment received a reply (0 %). The institution addressed five of the seven critical events identified, with an approximate average of 7.6 hours until its first post. Perceptions of timeliness, transparency and trust were positively associated within the sample (rho between 0.46 and 0.72), although the cross-sectional design does not allow for causal claims. The results describe the participants rather than the entire provincial population, and the design does not allow the conclusion that communication caused the reputational decline; what they show is that communication weaknesses and negative perceptions occurred during the same period.

Keywords: reputational crisis, political communication, citizen perception, Imbabura Governorship, crisis management.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO 3

1.1. Crisis reputacional en la gestión pública 3

1.1.1. Concepto y características de la crisis reputacional 3

1.1.2. Tipologías de crisis y su aplicación al caso de estudio 4

1.1.3. Factores que originan la crisis reputacional desde la percepción ciudadana 5

1.1.4. Impacto de la crisis en la imagen institucional y la opinión pública 6

1.2. Percepción ciudadana, opinión pública y confianza institucional 6

1.2.1. La percepción ciudadana como categoría de análisis 6
1.2.2. Confianza institucional, credibilidad y transparencia 7
1.2.3. Evaluación ciudadana de la gestión comunicacional en crisis 7
1.3. Comunicación política y gubernamental 8
1.3.1. Concepto y funciones de la comunicación política..... 8
1.3.2. Comunicación gubernamental y coherencia discursiva 9
1.4. Comunicación política en contextos de crisis reputacional 9
1.4.1. Gestión comunicacional de crisis y estrategias de respuesta 9
1.4.2. Vocería institucional, mensajes clave y narrativa percibida 10
1.5. Medios de comunicación, entorno digital y percepción ciudadana 10
1.6. Contexto del estudio: Gobernación de Imbabura..... 11
1.6.1. Marco institucional y territorial 11
1.6.2. Cronología documentada de la crisis reputacional en 2025..... 11
1.6.3. Manejo comunicacional durante la crisis 13
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA 14
2.1. Tipo de investigación 14
2.1.1. Enfoque mixto 14
2.1.2. Investigación cuantitativa 15
2.1.3. Investigación cualitativa 16
2.2. Técnicas e instrumentos 17
2.3. Preguntas de investigación e hipótesis 17
2.4. Matriz de operacionalización de variables 19
2.5. Participantes (Población y Muestra) 20

2.5.1. Componente cuantitativo 20
2.5.2. Componente cualitativo: corpus documental y muestra de entrevistas 22
2.6. Procedimiento de análisis de datos 24
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 25
3.1. Resultados del componente cuantitativo 26
Perfil sociodemográfico de la muestra (n = 384) 26
3.1.2. Patrones de consumo de información 26
3.1.3. Percepción de la comunicación institucional 27
3.1.4. Reputación y confianza institucional 28
3.1.5. Evaluación general de la comunicación 28
3.1.6. Pregunta abierta 30
3.1.7. Análisis correlacional..... 31
3.2. Resultados del análisis de contenido 32
3.2.1. Composición del corpus institucional 32
3.2.2. Tipo y tono de la comunicación 33
3.2.3. Oportunidad, transparencia e interactividad 34
3.3. Resultados de las entrevistas semiestructuradas 36
3.3.1. Testimonio del responsable de comunicación institucional 36
3.3.2. Testimonio del periodista de medio local 38
3.3.3. Testimonio del analista de comunicación política 39
3.4. H1. Oportunidad percibida y percepción de transparencia 42
3.5. H2. Mensajes defensivos, canales bidireccionales y persistencia de la percepción negativa 43
3.6. H3. Claridad, oportunidad, empatía y confianza pública posterior 45

3.7. Comparación con investigaciones similares 46

CONCLUSIONES 48

RECOMENDACIONES 49

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 52

ANEXOS 55

Anexo 1. Instrumento de encuesta aplicado a la ciudadanía 55

Anexo 2. Guion de entrevista semiestructurada y ficha de entrevistas 56

Ficha y transcripción — David Terán Echeverría (periodista) 60

Ficha y transcripción — Paolo Ponce Cadena (analista de comunicación política) 64

Anexo 3. Matriz de análisis de contenido institucional 68

Anexo 4. Base de datos de la encuesta 72

Anexo 5. Evidencia fotográfica de la aplicación de instrumentos 74

ÍNDICE DE TABLAS ix

Tabla 1..... 19
Tabla 2..... 22
Tabla 3..... 24
Tabla 4..... 26
Tabla 5..... 28
Tabla 6..... 28
Tabla 7..... 31
Tabla 8..... 32
Tabla 9..... 33
Tabla 10..... 35
Tabla 11..... 41
Tabla 12..... 42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 26
Figura 2 29
Figura 3 29
Figura 4 ..... 33 **Figura 5** 33

INTRODUCCIÓN

La comunicación de las instituciones públicas ecuatorianas atraviesa un momento difícil, y el modo en que se gestiona la confianza ciudadana durante una crisis se ha convertido en un problema con implicaciones prácticas. En un país donde apenas el 14 % de los ciudadanos confía en los partidos políticos (Latinobarómetro, 2023), lo que una institución dice y lo que calla influyen sobre su legitimidad. Esta investigación parte de esa preocupación y la examina en un caso concreto: qué ocurrió con el relato institucional de la Gobernación de Imbabura cuando la provincia entró en conflicto.

Los hechos ocurridos en Imbabura entre septiembre y octubre de 2025 fueron el desencadenante del estudio. El 12 de septiembre, el presidente Daniel Noboa promulgó el Decreto Ejecutivo N.º 126, que eliminó el subsidio al diésel, y el rechazo llegó casi de inmediato entre comunidades indígenas, transportistas y sectores productivos. Siguieron un mes de paralizaciones, tres gobernadores distintos en pocas semanas y la muerte de tres personas en el contexto nacional de las protestas, dos de ellas en Imbabura, además de centenares de heridos (El Universo, 15 de octubre de 2025; Hoy en Imbabura, 23 de octubre de 2025).

La literatura sobre comunicación política y gestión de crisis se enfoca principalmente en el nivel nacional y da menos importancia a los gobiernos intermedios. Las gobernaciones provinciales enfrentan las crisis de manera diferente, debido a su cercanía con el territorio y al poco margen que tienen para corregir errores. Revisar lo que pasó en Imbabura permite ver esas dinámicas locales, que se han estudiado poco en la investigación académica en Ecuador.

El problema del que se trata es la conexión entre la comunicación de la Gobernación y cómo la ciudadanía vio esa comunicación durante la crisis. Se publicaron mensajes de las instituciones en medios tradicionales y en línea, pero también se notó una creciente diferencia

entre cómo los ciudadanos ven los eventos y lo que dice el discurso oficial. Por eso, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se relacionó la comunicación de la Gobernación de Imbabura con la percepción ciudadana durante la crisis de 2025?

La relevancia del estudio puede plantearse desde tres ángulos. Académicamente, vincula la teoría de la comunicación de crisis con un caso contemporáneo, un cruce poco frecuente en la bibliografía ecuatoriana. En el plano social, documenta la falta de confianza en las instituciones de una provincia que ya arrastraba dificultades económicas antes del conflicto. Y desde la práctica profesional, deja información útil para que otras instituciones públicas se preparen antes de que ocurra una crisis similar.

La finalidad del estudio es examinar la relación entre la estrategia comunicativa de la Gobernación de Imbabura y la percepción de la situación por parte de los individuos durante la crisis reputacional que tuvo lugar en 2025. Con este objetivo, se definen tres objetivos específicos, llamados OE1, OE2 y OE3. El primero tiene como objetivo identificar los orígenes y el desarrollo de la crisis de reputación (OE1); el segundo, analizar los mensajes y los medios de comunicación política usados durante su manejo (OE2); y el tercero, evaluar cómo perciben los ciudadanos la claridad, el tiempo, la credibilidad y la empatía de los mensajes de las instituciones (OE3).

La tesis se divide en tres capítulos. El primero desarrolla el marco teórico sobre crisis reputacional, percepción ciudadana y comunicación política y gubernamental, además del contexto institucional y la cronología de los hechos en Imbabura. En el segundo se describe la metodología: el enfoque mixto, las técnicas e instrumentos, las hipótesis, la operacionalización de las variables y los participantes. El tercero expone los resultados de la encuesta, del análisis de contenido y de las entrevistas, y los discute frente a las hipótesis y a investigaciones afines.

Cierran el documento las conclusiones, ordenadas según los objetivos específicos, y las recomendaciones dirigidas a la Gobernación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Crisis reputacional en la gestión pública

1.1.1. Concepto y características de la crisis reputacional

Cornelissen (2020) define la reputación corporativa como la visión que tienen los grupos interesados sobre el desempeño, los valores y el comportamiento de una organización. De esa valoración depende la relación entre la institución y sus públicos, pues una reputación alta lleva a la ciudadanía a confiar, colaborar y reconocer la autoridad, mientras que una reputación deteriorada abre paso a la desconfianza y a la resistencia. En el sector público el efecto es mayor, dado que junto con la imagen del funcionario de turno queda comprometida la credibilidad del Estado como garante del bienestar colectivo.

La reputación pública, en la propuesta de Canel y Luoma-Aho (2019), corresponde a la valoración de conjunto que recibe una institución por su capacidad de cumplir con ética y eficiencia lo que promete a la ciudadanía, de manera que su importancia reside en el sostén que brinda a la gobernabilidad más que en sí misma. Cuando esa capacidad se pone en duda por errores de gestión, conflictos mal resueltos o vacíos comunicacionales, aparece lo que la literatura denomina crisis reputacional: un acontecimiento inesperado o mal gestionado que amenaza las expectativas de los actores implicados y puede dañar la imagen de la organización (Frandsen y Johansen, 2020).

La crisis reputacional no es un fenómeno nuevo en las instituciones públicas ecuatorianas. En el ámbito gubernamental, esa misma idea de Cornelissen se amplía con

elementos propios de la administración pública: la legitimidad democrática, la transparencia y la responsabilidad, porque de ellos depende en buena medida cómo la ciudadanía aprecia a sus instituciones.

Las crisis de reputación en el ámbito público abarcan múltiples aspectos y no se limitan únicamente a la imagen. Las áreas política, administrativa, comunicacional y social están conectadas. Esto significa que cada decisión, o la falta de ella, afecta a las otras. A esto se suma su alta visibilidad, porque las redes sociales pueden amplificar los mensajes críticos en pocos minutos (Sellnow y Seeger, 2021). En Imbabura, las imágenes de los enfrentamientos circularon por Facebook y TikTok antes de que la Gobernación emitiera un pronunciamiento oficial, según reportaron los medios locales del periodo.

1.1.2. Tipologías de crisis y su aplicación al caso de estudio

Coombs (2019) propuso la Teoría Situacional de la Comunicación de Crisis (SCCT), que clasifica las crisis organizacionales según el grado de responsabilidad atribuida: crisis de víctima, crisis accidentales y crisis prevenibles. Esta clasificación ayuda a ver qué estrategia de respuesta es la mejor en cada caso. Cuando la gente siente que la institución debe asumir más responsabilidad, como ocurrió después de la muerte de Efraín Fuerez el 28 de septiembre de 2025, los estudios indican que se deben dar respuestas que reconozcan lo sucedido y se tomen acciones para solucionarlo, en lugar de usar estrategias defensivas para minimizar el problema.

Sellnow y Seeger (2021) clasifican las crisis del sector público en cinco tipos: crisis de gestión, crisis políticas, crisis de comunicación, crisis de legitimidad y crisis de seguridad. En el caso imbabureño, varias de esas categorías coinciden en el tiempo. La rotación de tres gobernadores remite a una crisis de gestión y liderazgo; las protestas, alimentadas por la tensión entre el Gobierno central y las organizaciones indígenas, a una crisis política; las dificultades de respuesta institucional que documentó la prensa local, a una crisis de comunicación; y los

fallecimientos, a una crisis de seguridad con implicaciones humanitarias. Esa coincidencia redujo el margen de maniobra comunicacional de la institución.

1.1.3. Factores que originan la crisis reputacional desde la percepción ciudadana

La falta de transparencia suele encabezar la lista de factores detonantes. Según la OCDE (2023), la percepción de opacidad en las decisiones gubernamentales es uno de los principales catalizadores de la desconfianza ciudadana. En Imbabura, distintos reportes periodísticos recogieron el reclamo por la ausencia de información clara sobre las circunstancias de los fallecimientos y sobre las negociaciones con las organizaciones indígenas. El silencio oficial tras la muerte de Fuerez se prolongó varias horas, mientras Radio Ilumán y otros medios comunitarios ya habían difundido la noticia (Hoy en Imbabura, 28 de septiembre de 2025).

La brecha entre el discurso y la acción es un segundo factor. Canel y Luoma-aho (2019) sostienen que la credibilidad institucional depende de la coherencia que la ciudadanía perciba entre lo que las autoridades dicen y lo que hacen. En Imbabura, la Gobernación expresó voluntad de diálogo mientras se decretaba el estado de excepción y el toque de queda, una contradicción que la prensa local y las organizaciones sociales pusieron de relieve.

La vocería es un tercer factor. Luis Efraín Amaguaña fue designado gobernador el 18 de septiembre mediante el Decreto Ejecutivo N.º 145 y renunció cuatro días después, el 22 de septiembre, en el momento de mayor tensión (Teleamazonas, 23 de septiembre de 2025; El Universo, 23 de septiembre de 2025). La sucesión de voceros sin un mensaje común suele producir confusión, y esa confusión se interpreta como desorden institucional.

El ecosistema mediático y digital acelera cualquier crisis. Edelman (2024) señala que América Latina registra los niveles más bajos de confianza en las instituciones gubernamentales del mundo. En Imbabura, las comunidades indígenas se organizaron a través de Facebook y

WhatsApp y disputaron la narrativa oficial en tiempo real, en un circuito informativo paralelo al de la comunicación institucional.

1.1.4. Impacto de la crisis en la imagen institucional y la opinión pública

El impacto de una crisis sobre la reputación institucional se despliega en al menos tres niveles. El primero es la credibilidad, es decir, la disposición de las personas a creer lo que dice la institución. Norris (2022) señala que recuperar la credibilidad dañada lleva mucho más tiempo que perderla, especialmente cuando las personas han visto pruebas de la falta de consistencia en las instituciones.

El segundo nivel es la legitimidad, que se entiende como el reconocimiento de la sociedad del derecho a tener poder. En Imbabura se puso en duda tanto la forma en que se llevó a cabo el proceso de la Gobernación, debido a las irregularidades en el cambio de autoridades, como la validez de sus acciones, que se vio afectada por los resultados del conflicto: personas muertas y heridas, pérdidas económicas y semanas de vida diaria interrumpida.

El tercer nivel trata sobre la opinión pública y los enfoques que usan los medios para presentar los hechos. McCombs y Valenzuela (2020) dicen que los medios deciden qué temas se hacen relevantes en la agenda pública y qué características de esos temas se destacan. En Imbabura, los medios presentaron la crisis como un fallo del gobierno, lo que ayudó a aumentar la opinión negativa mientras sucedían los eventos.

1.2. Percepción ciudadana, opinión pública y confianza institucional

1.2.1. La percepción ciudadana como categoría de análisis

La forma en que la gente ve las cosas no muestra la realidad de manera sencilla, es un proceso en el que se crean significados, influenciado por la experiencia pasada, los valores culturales, la influencia de los medios y las relaciones sociales. Losada Díaz (2021) señala que, en América Latina, los ciudadanos ven los mensajes del gobierno con una dosis de escepticismo

que se ha formado a lo largo de los años. Esto disminuye la credibilidad de cualquier institución desde el principio.

Esa condición es importante en Imbabura, una provincia con mucha historia y actividades sociales. En esa zona, los pueblos kichwas han creado sus propios métodos para vigilarlos. Los ciudadanos no solo confiaron en los mensajes del gobierno para entender la crisis de 2025; las historias de organizaciones indígenas, los medios comunitarios y las redes de familiares y vecinos también fueron muy importantes. Esto creó un ambiente de información donde la opinión de las instituciones fue solo una entre varias.

1.2.2. Confianza institucional, credibilidad y transparencia

El Latinobarómetro (2023) registra que apenas el 14 % de los ecuatorianos confía en los partidos políticos, mientras el poder legislativo y el sistema judicial se sitúan en torno al 22 % y al 21 %. Son cifras que describen una crisis de legitimidad previa a cualquier episodio particular. Cuando la Gobernación de Imbabura enfrentó las protestas de septiembre y octubre de 2025, no contaba con una buena base de confianza; la gente estaba descontenta debido a años de desilusión.

La transparencia, que significa que las instituciones pueden dar información clara, verdadera y a tiempo (OCDE, 2023), afecta directamente la recuperación de la confianza. Espinosa Apolo (2021) menciona que muchas instituciones en Ecuador parecen cumplir la ley, pero no crean una cultura organizacional abierta. Esto hace que la transparencia que ofrecen sea superficial y la ciudadanía la vea como insuficiente.

1.2.3. Evaluación ciudadana de la gestión comunicacional en crisis

Al evaluar la comunicación institucional durante una crisis, los ciudadanos combinan criterios racionales y emocionales. Desde lo racional, valoran la oportunidad, la precisión, la

coherencia y la accesibilidad de los canales; desde lo emocional, la empatía que las autoridades muestran hacia los afectados (Sellnow y Seeger, 2021).

Coombs (2019) resume esos criterios en tres principios: rapidez, precisión y empatía. Edelman (2025) añade la autenticidad. Según ese informe, los ciudadanos prefieren un reconocimiento honesto de los errores antes que la negación sistemática de responsabilidad, preferencia con consecuencias directas para instituciones como la Gobernación de Imbabura, donde el tono de los primeros comunicados se apartó de esa expectativa, según se documenta en el Capítulo III.

1.3. Comunicación política y gubernamental

1.3.1. Concepto y funciones de la comunicación política

La comunicación política reúne los procesos mediante los cuales los actores políticos, es decir, gobiernos, partidos, instituciones y ciudadanos, producen, distribuyen e interpretan mensajes relacionados con el ejercicio del poder. McNair (2022) la describe como cualquier comunicación hecha con el propósito de hablar de política, que proviene de instituciones, periodistas o ciudadanos. En Imbabura, la información sobre la crisis no solo provino de la Gobernación; también participaron organizaciones indígenas como la CONAIE y la FICI, medios locales y muchos ciudadanos que compartieron información en sus redes.

En momentos de crisis, la comunicación política cumple al menos cuatro funciones: informar de manera rápida, convencer a la gente de que las instituciones pueden manejar la situación, restaurar la confianza y permitir que los grupos afectados participen.Casero-Ripollés (2021) señala que esta última función ha ganado peso en el entorno digital, donde las plataformas interactivas permiten a los ciudadanos cuestionar a las autoridades y exigir respuestas casi en tiempo real.

1.3.2. Comunicación gubernamental y coherencia discursiva

La comunicación gubernamental es la que practican los organismos del Estado en el ejercicio de sus funciones, con vocación de servicio público y responsabilidad ante la ciudadanía. En la literatura revisada, la coherencia discursiva aparece como el rasgo más valorado y se refiere a la consistencia de los mensajes a lo largo del tiempo, entre los distintos voceros y en los diversos medios. De acuerdo con Rodríguez-Andrés (2021), las instituciones que mejor recuperan su reputación mantienen una identidad comunicativa constante aun cuando cambia el liderazgo, algo que logran con equipos profesionales y protocolos definidos.

La Gobernación de Imbabura pasó por tres gobernadores distintos entre junio y septiembre de 2025, de modo que perdió continuidad institucional en un momento crítico y la crisis reputacional que ya estaba en curso se agravó. Con cada autoridad llegaban otros portavoces y otros mensajes, por lo que el hilo narrativo de la institución tuvo que reconstruirse en cada relevo, mientras la ciudadanía pedía respuestas inmediatas y consistentes.

1.4. Comunicación política en contextos de crisis reputacional

1.4.1. Gestión comunicacional de crisis y estrategias de respuesta

Gestionar una crisis no solo significa enviar avisos después de que ocurrieron los hechos. Coombs (2019) sugiere un modelo de tres etapas; precrisis, crisis y poscrisis, que incluye tareas de anticipación, respuesta y evaluación. En América Latina, Losada Díaz (2021) señala que la gestión de la comunicación pública a menudo se enfrenta a problemas como la falta de recursos profesionales, la falta de independencia ante las presiones políticas y la ausencia de protocolos organizados.

La SCCT habla sobre diferentes estrategias de respuesta que van desde las más defensivas hasta las más flexibles; negación, disminución, justificación y reconstrucción. Frandsen y Johansen (2020) señalan que su efectividad depende del contexto cultural y de la confianza que ya exista. En lugares como Ecuador, donde la confianza en las instituciones es

baja, las disculpas sinceras pueden ser recibidas con duda si no hay cambios en la forma de gestionar.

1.4.2. Vocería institucional, mensajes clave y narrativa percibida

Durante una crisis, el portavoz institucional es el rostro visible de la organización. Rodríguez-Andrés (2021) subraya que los mensajes clave deben ser simples, verdaderos, relevantes y repetirse con consistencia en todos los canales. La rotación de gobernadores dejó a la Gobernación de Imbabura sin un portavoz estable, y la prensa local relacionó esa discontinuidad con los problemas de la institución para sostener sus mensajes ante las narrativas críticas de las organizaciones sociales y de los medios.

En el entorno digital, advierte Casero-Ripollés (2021), la narrativa que percibe la ciudadanía puede apartarse de la que la institución cree construir. Durante la crisis, el relato oficial se centró en restablecer el orden y el de las organizaciones indígenas en la defensa de los derechos colectivos y la exigencia de justicia por los fallecidos, y del choque entre ambos surgieron versiones distintas de unos mismos hechos según la fuente que siguiera cada ciudadano.

1.5. Medios de comunicación, entorno digital y percepción ciudadana

Los medios tradicionales, en particular la radio por su alcance en las zonas rurales, y los medios digitales locales incidieron en la percepción ciudadana de Imbabura durante la crisis. McCombs y Valenzuela (2020) sostienen que la función de establecimiento de agenda sigue vigente en la era digital, algo que se aprecia en la cobertura de El Universo, Primicias, Teleamazonas y el portal Hoy en Imbabura, que dio más peso a los enfrentamientos que a los intentos institucionales de resolución y reforzó así la sensación de fracaso gubernamental.

Las redes sociales abrieron un canal distinto, menos controlado y más emocional, por el que los relatos directos de los manifestantes circularon con rapidez; Casero-Ripollés (2021)

llama desintermediación a este fenómeno. Las comunidades afectadas difundieron su propia versión de los hechos sin depender de los medios de comunicación ni de los comunicados oficiales, de modo que la historia llegó a más gente, pero fragmentada en varias versiones.

1.6. Contexto del estudio: Gobernación de Imbabura

1.6.1. Marco institucional y territorial

La Gobernación de Imbabura representa al Gobierno central en la provincia y le corresponde coordinar las políticas públicas del Ejecutivo en el territorio, además de supervisar el cumplimiento de la normativa nacional. Estas atribuciones provienen de la normativa que regula la organización de la Función Ejecutiva y no de un artículo constitucional que defina expresamente a las gobernaciones. El gobernador es designado por el presidente de la República, de modo que su legitimidad no proviene del voto popular sino de la confianza del Ejecutivo.

Imbabura es una provincia del norte de Ecuador, donde viven diferentes grupos étnicos y culturales, como los kichwa, afroecuatorianos y mestizos. Su economía se basa en la agricultura, el turismo, la artesanía y la exportación de flores. Expoflores, el grupo de exportadores, informó sobre la invasión de una finca de flores en Cotacachi el 6 de octubre de 2025. Aproximadamente 200 manifestantes participaron en este evento, que afecta el costo económico directo de la crisis (Hoy en Imbabura, 23 de octubre de 2025).

1.6.2. Cronología documentada de la crisis reputacional en 2025

La crisis puede reconstruirse a partir de fuentes periodísticas y de documentos oficiales. La cronología siguiente separa los eventos de Imbabura de los eventos a nivel nacional, que se presentan como contexto. El 12 de septiembre de 2025, el presidente Daniel Noboa firmó el Decreto Ejecutivo N.º 126, que eliminó el subsidio al diésel y subió su precio de USD 1,80 a

USD 2,80 por galón. La medida fue pronto rechazada por las comunidades indígenas, los transportistas y el sector agrícola (El Universo, 19 de septiembre de 2025).

Cuatro días después, el 16 de septiembre, el Gobierno declaró un estado de excepción por 60 días en siete provincias, entre ellas Imbabura y Carchi, y fijó un toque de queda en las zonas más problemáticas. El 18 de septiembre, con el Decreto Ejecutivo N.º 145, Noboa destituyó al gobernador Leonardo Israel Cabezas González y nombró a Luis Efraín Amaguaña Muenala como su nuevo sucesor (El Universo, 19 de septiembre de 2025; El Comercio, 19 de septiembre de 2025).

El 22 de septiembre, el primer día de la huelga organizada por la CONAIE, las protestas en Otavalo aumentaron: una unidad policial y varios coches oficiales fueron incendiados. Esa noche, el gobernador Amaguaña renunció porque afirmó que había amenazas hacia su familia. Estuvo en el puesto durante cuatro días y dejó a la institución sin poder en el momento más crítico (Teleamazonas, 23 de septiembre de 2025).

El 28 de septiembre, séptimo día de la paralización, Efraín Fuerez, comunero kichwa de 46 años originario de Cotacachi, recibió impactos de bala durante los enfrentamientos en el sector del puente Ilumán, en la vía Cotacachi-Otavalo, y murió ese mismo día en el hospital de Cotacachi. La INREDH y la CONAIE responsabilizaron a las Fuerzas Armadas (GK, 29 de septiembre de 2025; Primicias, 28 de septiembre de 2025).

Los otros dos fallecimientos se produjeron el 14 de octubre. Rosa Elena Paqui, mujer kichwa saraguro de 61 años, falleció ese día por un paro cardiorrespiratorio atribuido a la inhalación de gases lacrimógenos en Saraguro, provincia de Loja; el hecho corresponde al contexto nacional del paro y no ocurrió en Imbabura. La misma jornada, José Alberto Guamán Izama, comunero de 30 años originario de Otavalo, resultó herido de bala en el pecho durante los disturbios registrados en ese cantón y murió al día siguiente en el hospital Eugenio Espejo

de Quito, adonde había sido trasladado. De los tres fallecimientos del paro, dos se originaron en territorio imbabureño. La CIDH condenó ambos casos y exhortó al Estado ecuatoriano a investigarlos (CIDH, 2025; El Universo, 18 de octubre de 2025; GK, 15 de octubre de 2025).

La tarde del 15 de octubre, tras más de cuatro horas de negociación en Otavalo, los representantes de las organizaciones indígenas y el ministro del Interior, John Reimberg, acordaron revisar los mecanismos de fijación del precio del diésel, liberar a los detenidos e investigar los fallecimientos (El Universo, 15 de octubre de 2025; Primicias, 16 de octubre de 2025). Al cierre de la crisis, la Alianza de Organizaciones por los Derechos Humanos había documentado, a escala nacional, 3 personas fallecidas, 282 heridas, 15 desaparecidas temporalmente y 172 detenidas (Lupa, 16 de octubre de 2025).

1.6.3. Manejo comunicacional durante la crisis

Las fuentes periodísticas y documentales revisadas permiten anticipar algunos rasgos del manejo comunicacional de la Gobernación durante la crisis, que se contrastan con datos propios en el Capítulo III: demoras en la respuesta ante eventos clave; un tono defensivo en los mensajes iniciales, del que es ejemplo la declaración de la vocera del Gobierno, Carolina Jaramillo, que calificó las protestas como actos disfrazados de movilizaciones sociales (Teleamazonas, 29 de septiembre de 2025); poco uso de los canales digitales como espacio de diálogo; y fragmentación de la vocería por la rotación de gobernadores. Estos rasgos se presentan aquí como antecedentes documentados, no como conclusiones del estudio, y coinciden con el modelo reactivo que Espinosa Apolo (2021) atribuye a buena parte de la comunicación institucional ecuatoriana en los niveles subnacionales.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Enfoque mixto

Este trabajo adopta un enfoque mixto, entendido como la integración sistemática de métodos cuantitativos y cualitativos dentro de un mismo estudio para comprender el fenómeno con mayor profundidad de la que permitiría cada enfoque por separado (Creswell y Creswell, 2023). Por lo tanto, el objetivo de este estudio es analizar la relación entre la estrategia de comunicación de la Gobernación de Imbabura y cómo la gente la percibe.

La investigación sigue un diseño mixto convergente, en el sentido que proponen Creswell y Creswell (2023) para los estudios en que los componentes cuantitativo y cualitativo se recogen en una misma fase, se analizan por separado y se integran en la interpretación. La denominación no alude a una recolección simultánea con la crisis, que ocurrió entre septiembre y octubre de 2025, sino a que las tres técnicas se aplicaron de manera independiente en una misma etapa de trabajo posterior al conflicto y ninguna dependió de los resultados de otra. Por esa razón se descarta el término triangulación concurrente, que podía entenderse como una recolección paralela a los hechos.

El corpus de 54 publicaciones es retrospectivo, porque reúne piezas difundidas entre el 22 de septiembre y el 25 de octubre de 2025, que se codificaron una vez concluido el conflicto. La encuesta se aplicó entre el 21 de julio y el 29 de julio de 2026, después de la validación del cuestionario realizada en junio de ese año, y las entrevistas se realizaron entre el 30 de junio y el 15 de julio de 2026. La integración se hizo en la discusión (capítulo III), una vez calculados por separado los resultados de cada técnica, y consistió en comparar, para cada hipótesis, el resultado de la encuesta con la categoría correspondiente del corpus y con el testimonio de los entrevistados sobre ese mismo tema, sin combinar en un mismo cálculo datos de publicaciones y datos de ciudadanos, porque corresponden a unidades de análisis distintas. Cuando los tres resultados coincidieron en sentido, la coincidencia se reportó como un indicio convergente que

refuerza la interpretación, sin que ello implique una prueba estadística conjunta (por ejemplo, la asociación de la encuesta entre oportunidad y transparencia se interpretó junto con la ausencia de respuesta a comentarios que registra el corpus). Cuando un resultado no coincidió con lo esperado, la discrepancia se mantuvo explícita en vez de forzar una lectura que la disimulara: así ocurrió con H2, cuya hipótesis original de predominio defensivo no fue respaldada por el corpus (predominó el tono técnico, 38,9 %, sobre el defensivo, 24,1 %), lo que se declaró abiertamente en la sección 3.5 en lugar de reformular la hipótesis para aparentar su confirmación.

2.1.2. Investigación cuantitativa

El enfoque cuantitativo mide la percepción ciudadana, el nivel declarado de confianza institucional y la valoración de la comunicación de la Gobernación; su alcance es descriptivo y correlacional. El instrumento es una encuesta estructurada de 24 preguntas dirigida a ciudadanos mayores de 18 años residentes en la provincia, organizada en seis secciones: datos generales (P1 a P3), consumo de información (P4 y P5), percepción de la comunicación institucional en escala Likert de cinco puntos (P6 a P15), reputación y confianza institucional con la misma escala (P16 a P20), evaluación general (P21 a P23) y una pregunta abierta final (P24). El cuestionario comienza con un consentimiento informado que explica el propósito académico del estudio, que la participación es voluntaria y anónima, y que se puede retirar en cualquier momento. Los siete ítems de percepción en la Tabla 5 son P6, P7, P8, P9, P10, P11 y P12. Los cinco ítems de reputación y confianza en la Tabla 6 son P16, P17, P18, P19 y P20. El instrumento completo se encuentra en el Anexo 1.

El cuestionario fue revisado por una sola especialista mediante una ficha de validación de contenido, que se le envió el 12 de junio de 2026 y que devolvió el 26 de junio de 2026; esa ficha se incluye en el Anexo 1. Dos de los criterios de esa ficha, “comprensión de cada pregunta” y “número de preguntas óptimo”, recibieron la calificación “poco”, y el instrumento

se mantuvo sin ajustes porque la evaluadora marcó “mucho” en los otros cinco criterios y dejó en blanco el apartado de observaciones, sin señalar qué preguntas debían reformularse ni cuáles podían suprimirse. Contar con un único juicio experto es una limitación del estudio, porque impide calcular índices de acuerdo entre jueces, como la V de Aiken, y deja sin contrastar esas dos valoraciones bajas. Por ello, los resultados de la encuesta se interpretan con la cautela que corresponde a un instrumento validado de forma parcial.

La confiabilidad se estimó con el coeficiente alfa de Cronbach sobre los diez ítems de percepción de la comunicación (P6 a P15), con las 384 respuestas de la encuesta aplicada en Tally. El cálculo siguió la fórmula $\alpha = k / (k - 1) \times (1 - \Sigma s^2_i / s^2_t)$, en la que k es el número de ítems, s^2_i la varianza de cada ítem y s^2_t la varianza de la puntuación total. Con $k = 10$, $\Sigma s^2_i = 6{,}22$ y $s^2_t = 31{,}01$ se obtuvo $\alpha = 0{,}89$. Antes del cálculo se comprobó que todos los ítems tuvieran la misma dirección, de modo que el valor 5 expresara siempre una valoración favorable. Los ítems P16, P17 y P18 pertenecen a la escala de reputación y confianza (Tabla 6) y no forman parte de este cálculo. Un coeficiente de esta magnitud se considera adecuado para una escala de diez ítems y respalda el uso de los ítems individuales en las correlaciones del apartado 3.1.7. La salida completa del cálculo consta en el Anexo 4.

2.1.3. Investigación cualitativa

El enfoque cualitativo busca comprender los significados y las narrativas que construyeron los actores con conocimiento directo del caso. Se basa en técnicas: el análisis de contenido, que se aplica a la comunicación institucional de septiembre y octubre de 2025, y la entrevista semiestructurada, realizada con tres informantes importantes. La percepción de la ciudadanía se analiza a través de encuestas, no de entrevistas. Las entrevistas son con un comunicador institucional, un periodista local y un analista de comunicación política.

2.2. Técnicas e instrumentos

Las tres técnicas de recolección fueron la encuesta estructurada, análisis de contenido y entrevista semiestructurada. La encuesta aporta datos cuantificables sobre la percepción ciudadana a nivel agregado; el análisis de contenido examina la lógica comunicacional de la institución a partir de los textos que ella misma produjo; y las entrevistas ofrecen perspectivas profesionales que contextualizan los hechos.

El cuestionario fue diseñado con los indicadores de cada variable, por lo que cada pregunta está conectada a un indicador que se puede ver en la Tabla 1. La entrevista tiene 19 preguntas divididas en siete temas: contexto y experiencia profesional (P1 y P2); gestión comunicacional (P3 a P5); discurso y narrativa institucional (P6 y P7); crisis de reputación e imagen institucional (P8 a P10); impacto en la percepción de la ciudadanía (P11 a P13); comunicación digital y medios (P14 a P16); y evaluación crítica y recomendaciones (P17 a P19). El especialista examinó el guion. Se mandó el 12 de junio de 2026, se recibió la revisión el 16 de junio de 2026 y la evaluadora dio una calificación alta en los criterios y anotó “ninguna” en los comentarios. El guion de la entrevista completo está en el Anexo 2.

2.3. Preguntas de investigación e hipótesis

La investigación se estructura en torno a tres preguntas que guían el proceso analítico:

- PI.1: ¿Cuáles fueron los orígenes y los factores clave que contribuyeron al desarrollo de la crisis reputacional en la Gobernación de Imbabura durante el año 2025?
- PI.2: ¿Qué características tuvieron los mensajes y los canales de comunicación política utilizados por la Gobernación durante la gestión de la crisis?
- PI.3: ¿Cómo valoró la ciudadanía la claridad, la oportunidad, la credibilidad y la empatía de los mensajes institucionales emitidos durante la crisis?

Para responder a estas preguntas se plantearon tres hipótesis. H1 y H3 se contrastan con ítems de la encuesta medidos en la escala Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), en la que una puntuación alta expresa una valoración favorable de la comunicación. La oportunidad se mide con P7 ("La Gobernación informó oportunamente sobre los hechos ocurridos durante las crisis"), la transparencia con P10 ("La comunicación institucional fue transparente durante el manejo de las crisis"), la claridad con P6, la empatía con P12 y la confianza institucional posterior con P19. Así, una puntuación baja en P10 equivale a percibir falta de transparencia, y una correlación positiva entre P7 y P10 indica que quienes juzgaron poco oportuna la comunicación también la juzgaron poco transparente. El ítem P14, que también alude a la transparencia, no se emplea en la prueba de H1 para no duplicar la medición. H2, en cambio, se examina por convergencia entre el corpus y la encuesta, porque ambas fuentes corresponden a unidades de análisis distintas.

H1: La valoración ciudadana de la oportunidad de la comunicación oficial de la Gobernación (P7) se relaciona con la valoración de su transparencia (P10), de modo que una menor oportunidad percibida se asocia con una mayor percepción de falta de transparencia entre los 384 participantes de la encuesta.

- H2: En el corpus institucional predomina el tono técnico y se observa escasa respuesta a comentarios; estos rasgos coexisten con valoraciones ciudadanas negativas, sin inferir causalidad entre ambos hechos. La formulación original planteaba el predominio de un tono defensivo/justificatorio; este componente se declara no respaldado por los datos, ya que el tono técnico-procedimental (38,9 %) superó al defensivo (24,1 %).
- H3: La percepción ciudadana sobre la claridad (P6), la oportunidad (P7) y la empatía (P12) de los mensajes institucionales se relaciona con el nivel de confianza declarado por los mismos participantes en el periodo posterior a la crisis (P19).

2.4. Matriz de operacionalización de variables

La Tabla 1 presenta la operacionalización de las variables, con su definición conceptual y operacional, las dimensiones, los indicadores, el ítem o código que los mide, la técnica e instrumento empleados, la unidad de análisis y la escala correspondiente.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem del cuestionario o código de la ficha	Técnica e instrumento	Unidad de análisis y escala
Definiciones. Estrategia comunicacional: conjunto de mensajes, canales y decisiones de vocería con que la institución, comunica durante la crisis; se operacionaliza mediante los códigos asignados a cada publicación del corpus. Percepción ciudadana: valoración que la ciudadanía construye sobre esa comunicación; se operacionaliza mediante la puntuación declarada en los ítems Likert de la encuesta. Crisis reputacional: deterioro de la valoración colectiva sobre la institución durante y después de los hechos; se operacionaliza mediante los hechos documentados en la cronología y los ítems de reputación y confianza de la encuesta.					
OE1. Determinar los orígenes y el desarrollo de la crisis reputacional					
Estrategia comunicacional	Oportunidad informativa	Horas transcurridas entre el evento crítico y la primera publicación oficial	Ficha, categoría 10 "Tiempo de respuesta"; entrevista P3, P4 y P5	Análisis de contenido y entrevista / ficha de registro y guion	Publicación asociada a un evento crítico; horas
Estrategia comunicacional	Tipo de comunicación	Proporción de piezas reactivas, informativas y preventivas	Ficha, categorías 1 a 3 (códigos 1-3)	Análisis de contenido / ficha de registro	Publicación; frecuencia y porcentaje
Crisis reputacional	Factores desencadenantes	Hechos documentados que originaron y escalaron la crisis	Entrevista P1, P2 y P6; ficha completa	Entrevista y análisis documental / guion y ficha	Informante clave y publicación; categórica
OE2. Analizar los mensajes y canales de comunicación política utilizados durante la gestión de la crisis					
Estrategia comunicacional	Tono discursivo	Proporción de mensajes defensivos, técnicos, conciliatorios y empáticos	Ficha, categorías 4 a 7 (códigos A-D)	Análisis de contenido / ficha de registro	Publicación; porcentaje
Estrategia comunicacional	Transparencia informativa	Proporción de publicaciones con datos verificables frente a información incompleta	Ficha, categorías 8 y 9 (códigos V e I)	Análisis de contenido / ficha de registro	Publicación; porcentaje
Estrategia comunicacional	Vocería institucional	Portavoz identificable y consistencia narrativa entre portavoces	Ficha, categorías 11 y 12 (código PI; alta, media o baja); entrevista P5 y P6	Análisis de contenido y entrevista / ficha y guion	Publicación e informante clave; dicotómica y ordinal
Estrategia comunicacional	Interactividad digital	Comentarios respondidos dentro de las 24 horas y uso de canales bidireccionales	Ficha, categorías 13 y 14 (porcentaje; S/N)	Análisis de contenido / ficha de registro	Publicación y comentarios asociados; porcentaje y dicotómica
Estrategia comunicacional	Encuadre narrativo	Tipo de encuadre predominante y reconocimiento explícito del impacto humano	Ficha, categorías 15 y 16 (S/N)	Análisis de contenido / ficha de registro	Publicación; nominal y dicotómica
OE3. Evaluar la percepción ciudadana sobre la claridad, la oportunidad, la credibilidad y la empatía de los mensajes institucionales					
Percepción ciudadana	Consumo de información	Fuente principal de información y frecuencia de revisión de los canales	Encuesta P4 y P5	Encuesta / cuestionario estructurado	Ciudadano; nominal y ordinal

oficiales					
Percepción ciudadana	Valoración de la comunicación	Claridad, oportunidad, comprensión, coherencia, transparencia, reducción de incertidumbre y empatía percibidas	Encuesta P6 a P15 (claridad P6, oportunidad P7, comprensión P8, coherencia P9, transparencia P10 y P14, reducción de incertidumbre P11, empatía P12); los siete ítems de la Tabla 5 corresponden a P6-P12	Encuesta / cuestionario estructurado	Ciudadano; Likert 1-5
Crisis reputacional	Reputación institucional	Influencia percibida de la comunicación, afectación de la reputación y deterioro de la imagen	Encuesta P16, P17 y P18	Encuesta / cuestionario estructurado	Ciudadano; Likert 1-5
Crisis reputacional	Confianza institucional	Confianza actual en la información oficial y percepción actual sobre la institución	Encuesta P19 y P20	Encuesta / cuestionario estructurado	Ciudadano; Likert 1-5
Percepción ciudadana	Evaluación general	Calificación global de la comunicación, influencia declarada y principal debilidad percibida	Encuesta P21, P22, P23 y P24	Encuesta / cuestionario estructurado	Ciudadano; ordinal, nominal y respuesta abierta

Nota. Cada indicador se vincula con un ítem del cuestionario del Anexo 1 o con una categoría de la ficha de registro del Anexo 3. Los indicadores medidos en publicaciones y los medidos en ciudadanos corresponden a unidades de análisis distintas y no se combinan en un mismo cálculo correlacional. Elaboración propia.

2.5. Participantes (Población y Muestra)

2.5.1. Componente cuantitativo

La población de referencia está formada por las personas de 18 años y más que residen en los seis cantones de Imbabura. El Censo de Población y Vivienda 2022 del INEC registra 469.879 habitantes en la provincia, cifra oficial que aparece por cantón en la segunda columna de la Tabla 2. Como el INEC no publica el total de adultos por cantón, la población de 18 años

y más se estimó a partir de las bandas decenales de edad que el propio Censo 2022 reporta para la provincia (0-9 años: 68.161; 10-19 años: 87.457; sobre un total de 469.879): la población de 20 años y más (469.879 − 68.161 − 87.457 = 314.261) se incrementó con una quinta parte de la banda 10-19 (87.457 × 0,2 = 17.491), asumiendo una distribución uniforme de edades dentro de esa banda, para aproximar a los de 18 y 19 años. El resultado (331.752 personas) equivale a una proporción provincial de 0,7060, que se aplicó de manera uniforme a la población de cada cantón para estimar su población adulta, bajo el supuesto de que la estructura de edad no varía sustancialmente entre cantones. La suma de esas estimaciones da una población adulta de 331.752 personas.

El tamaño de la muestra se calculó con la fórmula para poblaciones grandes, con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y p = q = 0,5, lo que da $n = (1{,}96^2 \times 0{,}5 \times 0{,}5) / 0{,}05^2 = 384$. La corrección para población finita (N = 331.752) mantiene ese valor, porque con una población de este tamaño la corrección por finitud no modifica el resultado en números enteros. El cálculo sirvió como meta de respuestas y no garantiza la representatividad, porque la selección no fue aleatoria.

Los participantes se eligieron mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. El formulario en línea se difundió por Facebook, WhatsApp e Instagram, y respondieron las personas que accedieron al enlace y aceptaron el consentimiento informado, hasta reunir 387 respuestas válidas, de las cuales se analizaron 384 (ver más adelante la regla de cierre y la comprobación de sensibilidad). La Tabla 2 compara la distribución que habría correspondido a una afijación proporcional con las encuestas que realmente se obtuvieron. La muestra no fue proporcional, puesto que Ibarra (−18), Otavalo (−20) y Antonio Ante (−14) quedaron por debajo de su cuota teórica, mientras que Cotacachi (+18), Pimampiro (+23) y Urcuquí (+11) la superaron. Al tratarse de un muestreo por conveniencia y no probabilístico, los resultados

describen únicamente a los 384 participantes de la muestra y no se generalizan a la población adulta de la provincia.

La encuesta se envió por medio de un formulario en línea en los seis cantones de la provincia y se cerró con 387 respuestas válidas. La regla de cierre, definida antes de iniciar la recolección, fue detener la difusión del formulario al alcanzar el tamaño muestral calculado (n = 384); las últimas 3 respuestas recibidas (387, 386 y 385) ingresaron mientras se procesaba ese cierre y no se incluyeron en el análisis principal, sin que existiera un criterio de calidad de dato para excluirlas. Para comprobar que esta decisión no afecta los resultados, se recalcularon con las 387 respuestas el alfa de Cronbach y las correlaciones de Spearman reportadas: alfa = 0,8881 (frente a 0,8882 con n = 384); rho P7-P10 = 0,717 (frente a 0,715); rho P6-P19 = 0,539; rho P7-P19 = 0,562; rho P12-P19 = 0,551 (diferencias inferiores a 0,003 en todos los casos); el promedio general de percepción y el porcentaje de valoración "mala" o "muy mala" variaron en menos de 0,06 puntos porcentuales. Por tanto, los resultados no dependen de incluir o excluir esas 3 respuestas, y se reportan con n = 384 por ser el tamaño planeado. El detalle de esta comprobación de sensibilidad se adjunta en Respaldo_fiabilidad_correlaciones.xlsx (hoja Sensibilidad_n384_vs_n387).

Tabla 2

Afijación proporcional teórica y encuestas obtenidas por cantón

Cantón	Población total (INEC, Censo 2022)	Población estimada de 18 años y más (estimación de la autora)	% del estrato	Encuestas según afijación	Encuestas aplicadas	Diferencia
Ibarra	217.469	153.541	46,3 %	178	160	−18
Otavalo	114.303	80.702	24,3 %	93	73	−20
Antonio Ante	53.771	37.964	11,4 %	44	30	−14
Cotacachi	53.001	37.421	11,3 %	43	61	+18
Urcuquí	17.969	12.687	3,8 %	15	26	+11
Pimampiro	13.366	9.437	2,8 %	11	34	+23
Total	469.879	331.752	100 %	384	384	0

Nota. La población total por cantón corresponde a las cifras oficiales del Censo de Población y Vivienda 2022 (INEC). La población de 18 años y más es una estimación de la autora, calculada como población total × 0,7060, factor obtenido de las bandas decenales de edad publicadas por el INEC para la provincia (procedimiento detallado en el texto). El porcentaje del estrato resulta de dividir la

población adulta estimada de cada cantón entre 331.752, y las encuestas según afijación se obtuvieron al multiplicar ese porcentaje por 384, con redondeo por el método de restos mayores para completar el total. La diferencia se calcula como encuestas aplicadas menos encuestas según afijación, de modo que un valor negativo indica un cantón con menos encuestas de las previstas y uno positivo, un cantón con más. Elaboración propia.

2.5.2. Componente cualitativo: corpus documental y muestra de entrevistas

El componente documental está formado por las 54 publicaciones que la Gobernación de Imbabura difundió en sus cuentas oficiales de Facebook, X e Instagram, entre el 22 de septiembre y el 25 de octubre de 2025. Este es el único periodo de análisis del estudio y se usa con las mismas fechas en todos los apartados. Se incluyó toda publicación emitida desde las cuentas oficiales de la institución durante ese periodo y relacionada con la crisis, el paro nacional o la gestión comunicacional de la Gobernación; se excluyó contenido administrativo rutinario sin relación con la crisis (por ejemplo, trámites o eventos protocolares ajenos al conflicto) y cualquier publicación de cuentas no oficiales. Un primer recuento, que contaba como una sola unidad cada contenido republicado de manera idéntica en más de una red, identificó 47 publicaciones distintas por contenido; el criterio final, aplicado en la matriz del Anexo 3, cuenta cada republicación en una plataforma distinta como una pieza independiente, porque cada una tiene su propia fecha y hora de publicación, su propio enlace y sus propios comentarios, lo que elevó el total a 54. Cuando un mismo contenido se publicó en varias redes, cada publicación se registró como una pieza distinta, porque cada plataforma tiene su propia hora de publicación y sus propios comentarios. La matriz del Anexo 3 presenta cada publicación con su enlace, plataforma, fecha y códigos asignados.

La decisión de usar tres perfiles se basa en un método de triangulación de fuentes. Creswell y Creswell (2023) dicen que, en diseños mixtos convergentes, el componente cualitativo no necesita tener muchas muestras, sino que debe mostrar una variedad de puntos de vista sobre el fenómeno que se está investigando. Por eso se eligieron tres versiones diferentes y en parte opuestas: una desde dentro de la institución, otra desde el periodismo y

una académica especializada. Al contrastarlas, la versión oficial puede compararse con la mirada de quienes siguieron la crisis desde fuera de la institución y con la de quienes la analizan desde un saber especializado.

El primer perfil corresponde a Edison Andrés Teanga Tulcán, encargado de la Unidad de Comunicación de la Gobernación de Imbabura durante el periodo analizado, cuyo testimonio muestra cómo se tomaron las decisiones de comunicación en la institución, con qué recursos se contaba y qué restricciones condicionaron la respuesta. El segundo perfil es David Terán Echeverría, periodista de Diario EL NORTE, quien dio noticias sobre la crisis desde la provincia. Su trabajo ayuda a entender cómo se veía la comunicación oficial desde la redacción durante los eventos. El tercero es Paolo Ponce Cadena, un analista de comunicación política que tiene experiencia en el sector público a nivel nacional y que pone el caso en un contexto más amplio para comparar.

Tabla 3
Perfil de los actores clave entrevistados

Perfil	**Función en la triangulación**	**Criterio de selección**
Comunicador institucional interno	Reconstruye la lógica de decisión y los condicionantes estructurales de la gestión comunicacional oficial.	Vinculación directa y verificable con la Unidad de Comunicación de la Gobernación durante la crisis.
Periodista de medio local	Aporta la lectura desde la cobertura mediática en tiempo real de los acontecimientos.	Cobertura directa y frecuente de la crisis en un medio de la provincia de Imbabura.

Analista de comunicación política	Coloca el caso en un contexto comparativo y teórico más amplio.	Trayectoria académica en comunicación política

Nota. Elaboración propia.

2.6. Procedimiento de análisis de datos

El análisis cuantitativo se realizó en R Studio. Primero se obtuvieron frecuencias, porcentajes, medias, medianas y desviaciones estándar de cada ítem. Después se estimó la confiabilidad de la escala con el alfa de Cronbach y se aplicó el coeficiente rho de Spearman, elegido porque los ítems son ordinales. Los pares que se correlacionaron se definieron a partir de las hipótesis y usan ítems individuales, sin índices compuestos, con la codificación que figura en el diccionario del Anexo 4. Todas las correlaciones se calcularon con los 384 casos.

La base anonimizada de las 384 encuestas, el diccionario de variables y las salidas del alfa y de las correlaciones se presentan en el Anexo 4, de manera que cada cifra de las Tablas 4 a 8 pueda verificarse. Las respuestas a la pregunta abierta P24 se analizaron con una codificación inductiva, y la matriz con los códigos asignados a cada respuesta forma parte del mismo anexo.

El corpus se analizó con la ficha de registro del Anexo 3, que define las categorías y los códigos aplicados a cada publicación. La autora codificó sola las 54 piezas, lo cual es una limitación, porque no fue posible calcular un índice de acuerdo entre codificadores. Para reducir errores, se construyó un diccionario de palabras clave a partir de las cinco categorías de encuadre de la ficha de registro, y cada publicación se clasificó según los términos presentes en su descripción; los pocos casos sin coincidencia léxica se asignaron por el sentido general de la pieza. Esta clasificación se contrastó después con el enlace y la fecha de difusión de cada una de las 54 publicaciones, verificados de forma directa en las cuentas oficiales de la

Gobernación. Los comentarios y las respuestas oficiales se contaron en cada publicación y se registraron en la matriz del Anexo 3.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este capítulo presenta los resultados del análisis cuantitativo y cualitativo y examina la relación entre la estrategia comunicacional de la Gobernación de Imbabura y la percepción ciudadana durante la crisis reputacional de 2025. Los resultados se exponen en el orden en que fueron recogidos: primero la encuesta aplicada a 384 ciudadanos, que responde a OE3; después el análisis de contenido del corpus institucional, que responde a OE2; y finalmente las tres entrevistas semiestructuradas, que aportan a OE1 y OE2.

3.1. Resultados del componente cuantitativo

Perfil sociodemográfico de la muestra (n = 384)

Se encuestó a 384 ciudadanos mayores de 18 años residentes en la provincia de Imbabura, distribuidos por cantón y zona de residencia seleccionados por conveniencia, cuya distribución se describe en el apartado 2.5.1. La Tabla 4 presenta su perfil demográfico.

Tabla 4

Perfil sociodemográfico de la muestra (n = 384)

Variable	Categoría	Frecuencia (%)
Grupo de edad	18-25 años	175 (45,6 %)
	26-35 años	92 (24,0 %)
	36-45 años	60 (15,6 %)
	46-55 años	32 (8,3 %)
	56 años o más	25 (6,5 %)
Zona de residencia	Urbana	252 (65,6 %)
	Rural	132 (34,4 %)
Cantón	Ibarra	160 (41,7 %)
	Otavalo	73 (19,0 %)
	Cotacachi	61 (15,9 %)
	Pimampiro	34 (8,9 %)

	Antonio Ante	30 (7,8 %)
	Urcuquí	26 (6,8 %)

Nota. Elaboración propia.

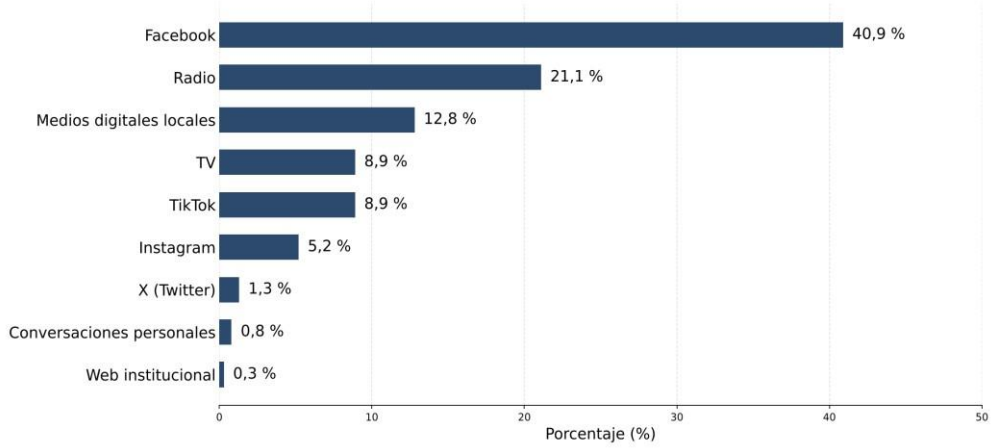
El grupo etario más representado fue el de 18 a 25 años (45,6 %), seguido por el de 26 a 35 años (24,0 %). El cantón Ibarra concentra la mayor parte de la muestra (41,7 %) y Otavalo el 19,0 %, cantón donde ocurrieron algunos de los hechos más graves de la crisis.

3.1.2. Patrones de consumo de información

La pregunta sobre la fuente principal de información sitúa a Facebook como la plataforma más utilizada para seguir los acontecimientos, según se observa en la Figura 1.

Figura 1

Principal fuente de información sobre la crisis (n = 384)



Nota. Elaboración propia.

El 40,9 % de los participantes dijo que Facebook fue su principal fuente de información, seguido por la radio con un 21,1 %, los medios digitales locales con un 12,8 % y, en empate, la televisión y TikTok con un 8,9 % cada uno. Ese resultado coincide con lo que dice Edelman (2025) sobre el cambio de los medios tradicionales a las redes sociales en América Latina, aunque los estudios tienen muestras y enfoques diferentes. Sobre la frecuencia con la que los encuestados revisaban los canales oficiales de la Gobernación, el 70,8 % dijo que lo hacía "nunca" o "rara vez", mientras que el 20,1 % los consultaba "frecuentemente" o "siempre".

3.1.3. Percepción de la comunicación institucional

Los ítems de percepción, medidos en escala Likert de 1 a 5, evaluaron distintas dimensiones de la comunicación de la Gobernación durante la crisis. La Tabla 5 resume los estadísticos descriptivos.

Tabla 5

Estadísticos descriptivos de percepción de la comunicación institucional

Ítem	Media	Mediana	D.E.	Nivel
La información fue clara y comprensible.	1,79	2	0,78	Muy bajo
La comunicación fue oportuna.	1,65	2	0,68	Muy bajo
La información permitió comprender la situación.	1,88	2	0,81	Muy bajo
Hubo coherencia entre mensajes y acciones.	1,70	2	0,69	Muy bajo
La comunicación fue transparente.	1,62	2	0,70	Muy bajo
Los mensajes redujeron la incertidumbre.	1,65	2	0,67	Muy bajo
Percibí empatía en la comunicación.	1,63	2	0,71	Muy bajo
Promedio general de percepción	1,71	2	0,63	Muy bajo

Nota. Escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo). Niveles: 1,00-1,99 = muy bajo; 2,00-2,99 = bajo; 3,00-3,99 = medio; 4,00-4,99 = alto; 5,00 = muy alto. Elaboración propia.

El promedio general de percepción fue de 1,71 sobre 5, valor que corresponde al nivel muy bajo. El ítem con menor puntuación fue la transparencia (M = 1,62), seguido por la empatía (M = 1,63) y, en empate, la oportunidad y la reducción de la incertidumbre (M = 1,65); todos los ítems, incluida la comprensión de la situación (M = 1,88), se ubicaron en el nivel muy bajo. Las desviaciones estándar, inferiores a 0,80, indican respuestas concentradas en los valores 1 y 2. Como la muestra se obtuvo por conveniencia, estos datos describen la valoración de los 384 participantes y no pueden presentarse como representativos de toda la provincia.

3.1.4. Reputación y confianza institucional

Tabla 6

Estadísticos descriptivos de reputación y confianza institucional (n = 384)

Ítem	Media	Mediana	D.E.	Nivel
La comunicación influyó en mi confianza hacia la institución.	4,28	5	1,04	Alto
La reputación de la Gobernación se vio afectada.	4,29	5	0,95	Alto
La imagen institucional se deterioró.	4,03	4	0,94	Alto
Confío actualmente en la información de la Gobernación.	1,65	2	0,77	Muy bajo

Mi percepción actual sobre la Gobernación es positiva.	1,55	1	0,69	Muy bajo

Nota. Elaboración propia.

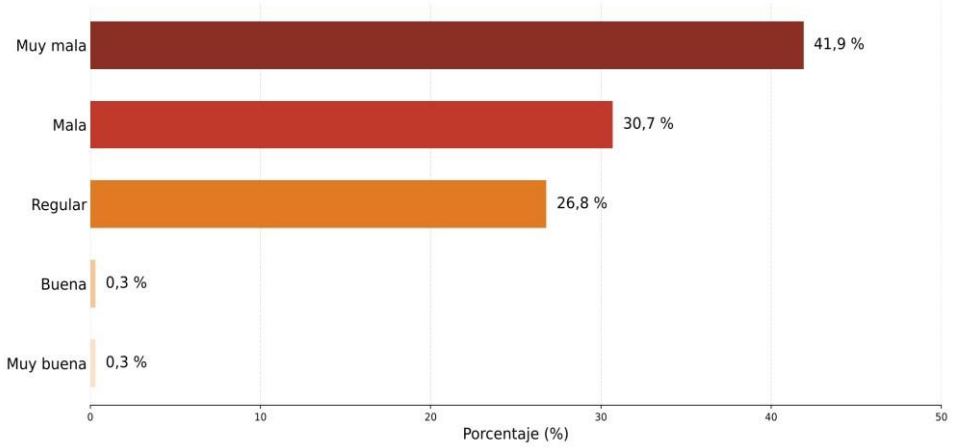
El ítem sobre la afectación a la reputación tuvo una de las puntuaciones más altas en la encuesta (M = 4,29), lo que muestra que hay un amplio acuerdo en que la reputación de la Gobernación se vio dañada durante la crisis. El enunciado no indaga la causa de esa afectación, por lo que el dato expresa una percepción de deterioro y no una atribución al manejo comunicacional. En el extremo opuesto, la percepción actual sobre la institución registró la puntuación más baja del instrumento (M = 1,55), lo que muestra que, al momento de aplicar la encuesta, la valoración predominante seguía siendo negativa.

3.1.5. Evaluación general de la comunicación

Las Figuras 2 y 3 sintetizan la calificación global otorgada por los encuestados y la principal debilidad comunicacional percibida.

Figura 2

Calificación global de la comunicación de la Gobernación durante las crisis (n = 384)

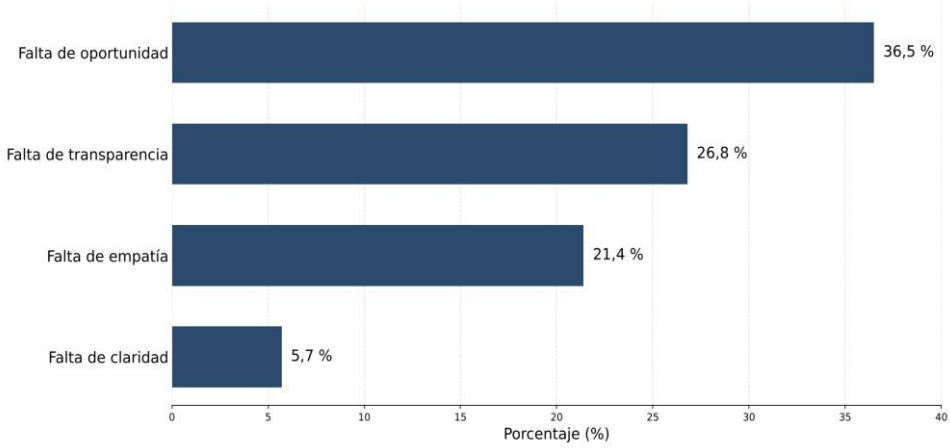


Nota. Elaboración propia.

El 72,7 % de los encuestados calificó la comunicación de la Gobernación como “mala” o “muy mala” y el 26,8 % restante como “regular”; solo el 0,5 % eligió las opciones “buena” o “muy buena”. El 73,2 % afirmó que la comunicación influyó “mucho” en su percepción durante los acontecimientos.

Figura 3

Principal debilidad percibida en la comunicación institucional (n = 384)



Nota. Elaboración propia.

La falta de oportunidad (36,5 %) encabezó las debilidades percibidas, seguida por la falta de transparencia (26,8 %), la falta de empatía (21,4 %) y la falta de claridad (5,7 %). Las tres primeras reúnen el 84,7 % de las menciones.

3.1.6. Pregunta abierta

La pregunta abierta P24 obtuvo 384 respuestas válidas, que se analizaron con una codificación inductiva asistida por un primer cribado automático por palabras clave y revisada después de la lectura de las propias respuestas, de modo que las categorías surgieron de ese material. El resultado fue de 335 menciones sobre 312 respuestas codificadas en al menos una categoría; las 72 respuestas restantes no se ajustaron a ninguna categoría definida. La matriz anonimizada del Anexo 4 registra para cada participante el texto de su respuesta y los códigos asignados, e identifica las respuestas con codificación múltiple. La Tabla 7 presenta las categorías y su frecuencia.

Nota. Las cifras de 335 menciones, 312 respuestas codificadas y 72 sin categoría corresponden a la codificación manual final, revisada por la autora, que se reporta en la Tabla 7. La matriz anonimizada del Anexo 4 reconstruye esa codificación con un cribado automático por palabras clave como primer filtro, lo que arroja cifras cercanas pero no idénticas (343 menciones, 327 respuestas con al menos un código, 57 sin código); se incluye como respaldo de trazabilidad por respuesta y no sustituye los conteos oficiales de la Tabla 7.

Tabla 7

Categorías de respuesta a la pregunta abierta (P24)

Categoría	Descripción	Menciones (n)	% de respuestas válidas
Valoración general o sugerencia de mejora	Juicios genéricos sobre la comunicación o pedidos de mejora sin precisar un aspecto	64	16,7 %
Oportunidad de la respuesta	Demanda de una primera reacción institucional más rápida ante los hechos	54	14,1 %
Empatía y reconocimiento de las víctimas	Ausencia de condolencias, de solidaridad o de referencia a los afectados	50	13,0 %
Transparencia y veracidad	Percepción de ocultamiento o de información falsa	43	11,2 %
Claridad y comprensión del mensaje	Mensajes confusos, técnicos o sin explicación de los hechos	41	10,7 %
Uso de canales y presencia digital	Comentarios sobre el manejo de Facebook, TikTok, Instagram y otros canales	40	10,4 %
Confianza en la institución	Declaraciones explícitas de desconfianza	21	5,5 %
Disponibilidad de información	Ausencia de comunicación o silencio institucional	13	3,4 %
Comunicación en kichwa y públicos específicos	Petición de difusión en kichwa o dirigida a comunidades y adultos mayores	6	1,6 %
Vocería institucional	Ausencia de un portavoz identificable y estable	3	0,8 %
Total de menciones	Sobre 384 respuestas válidas; 312 recibieron al menos un código y 72 no se ajustaron a ninguna categoría	335	87,2 %

Nota. Las categorías se construyeron a partir del propio material de las respuestas. Una misma respuesta pudo recibir más de un código cuando mencionaba varios aspectos, de modo que la suma de menciones puede diferir del número de respuestas válidas (n = 384). La codificación caso por caso consta en el Anexo 4. Elaboración propia.

3.1.7. Análisis correlacional

Para el análisis correlacional se empleó el coeficiente rho de Spearman. Los pares de la Tabla 8 relacionan la oportunidad (P7) con la transparencia (P10), la transparencia (P10) con la confianza actual en la información de la Gobernación (P19), la empatía (P12) con la calificación global de la comunicación (P21) y la frecuencia de consulta de los canales oficiales (P5) con la influencia declarada de la comunicación en la percepción (P22). Para contrastar H3 se añadieron las relaciones de la claridad (P6), la oportunidad (P7) y la empatía (P12) con la confianza actual (P19). Los ítems se usaron con su codificación original, sin agruparlos en índices, y ningún ítem aparece en los dos lados de un mismo par. Las correlaciones se calcularon

con los 384 casos, sin respuestas en blanco, y la base anonimizada, el diccionario de variables y la salida de cada coeficiente se incluyen en el Anexo 4.

Tabla 8

Correlaciones de Spearman entre variables de percepción ciudadana (n = 384)

Par de variables (ítems de la encuesta)	rho de Spearman	p	n	Interpretación
Oportunidad percibida (P7) ↔ Transparencia percibida (P10)	0,72	< 0,001	384	Alta
Transparencia percibida (P10) ↔ Confianza institucional actual (P19)	0,52	< 0,001	384	Moderada
Empatía percibida (P12) ↔ Evaluación general de la comunicación (P21)	0,46	< 0,001	384	Moderada
Claridad percibida (P6) ↔ Confianza institucional actual (P19)	0,54	< 0,001	384	Moderada
Oportunidad percibida (P7) ↔ Confianza institucional actual (P19)	0,56	< 0,001	384	Moderada
Empatía percibida (P12) ↔ Confianza institucional actual (P19)	0,55	< 0,001	384	Moderada
Frecuencia de consulta de canales oficiales (P5) ↔ Influencia declarada en la percepción (P22)	−0,04	0,467	384	No significativa

Nota. Se calcularon correlaciones usando los mismos 384 participantes. Los ítems de la escala se evaluaron del 1 al 5, donde los números altos muestran más acuerdo. Las categorías se ordenaron de menor a mayor: la frecuencia de consulta de 1 “nunca” a 5 “siempre”, la calificación general de 1 “muy mala” a 5 “muy buena” y la influencia reportada de 1 “nada” a 4 “mucho”. Un coeficiente positivo significa que cuando una variable tiene puntuaciones altas, la otra también las tiene. Un coeficiente negativo indica que cuando una variable tiene puntuaciones altas, la otra tiene puntuaciones bajas. Criterio de interpretación: 0,00-0,29 bajo; 0,30-0,59 moderado; 0,60-0,79 alto; 0,80-1,00 muy alto (Cohen, 1988). Elaboración propia.

El coeficiente entre oportunidad y transparencia (rho = 0,72) fue el más alto del conjunto, lo que indica una asociación fuerte entre ambas percepciones, sin que ello implique que una determine a la otra. Los demás pares, de magnitud moderada (rho entre 0,46 y 0,56), muestran relaciones consistentes pero menos próximas entre las dimensiones evaluadas. La relación entre frecuencia de consulta de los canales oficiales e influencia declarada no alcanzó

significación estadística (rho = −0,04; p = 0,467), de modo que no se encontró evidencia de asociación entre ambas variables en esta muestra.

3.2. Resultados del análisis de contenido

3.2.1. Composición del corpus institucional

Las 54 piezas corresponden a la totalidad de las publicaciones de las cuentas oficiales que cumplieron los criterios descritos en el apartado 2.5.2 durante el periodo analizado. No se identificaron publicaciones con el mismo contenido difundido en varias plataformas; cada una de las 54 piezas corresponde a un mensaje distinto, por lo que la Tabla 9 refleja publicaciones únicas.

Tabla 9

Distribución del corpus de comunicación institucional por plataforma

Plataforma	N.º de piezas	Porcentaje	Prom. semanal	Comentarios recibidos (promedio por pieza)
Facebook	29	53,7 %	6,2	28,4
Instagram	14	25,9 %	3,0	1,2
X (Twitter)	11	20,4 %	2,3	0,5
Total	54	100 %	11,5	15,7

Nota. Elaboración propia a partir de la matriz de análisis de contenido del Anexo 3.

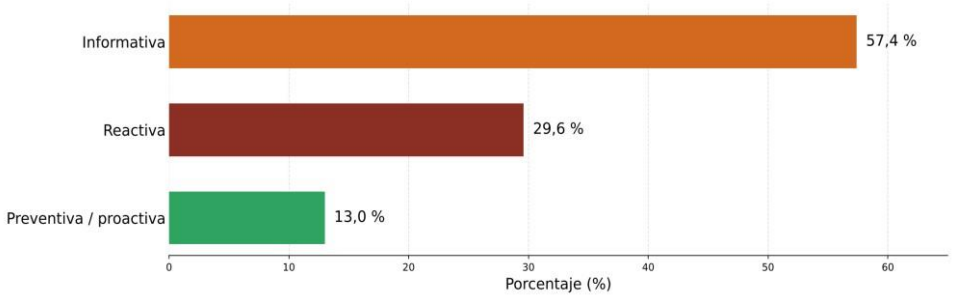
El volumen equivale a 1,6 piezas diarias; durante el mismo tiempo, el portal local Hoy en Imbabura publicó más de 60 artículos sobre la crisis, de acuerdo con el conteo hecho en su archivo digital. La comparación se da para dar un contexto, ya que un medio de comunicación y una institución pública no tienen la misma función de informar.

3.2.2. Tipo y tono de la comunicación

Las Figuras 4 y 5 muestran cómo se distribuyó el corpus según el tipo de comunicación y el tono discursivo predominante.

Figura 4

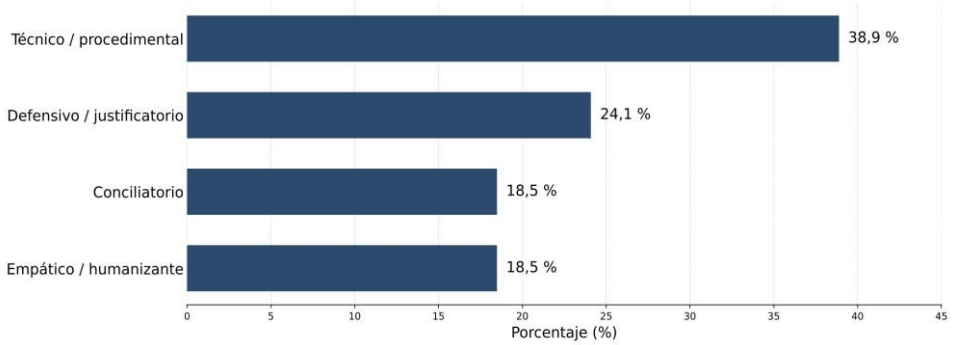
Distribución del corpus por tipo de comunicación



Nota. Elaboración propia.

Figura 5

Distribución del corpus por tono discursivo predominante



Nota. Elaboración propia.

En el tipo de comunicación predominaron las piezas informativas (57,4 %), seguidas por las reactivas (29,6 %) y las preventivas o proactivas (13,0 %). En el tono discursivo, la categoría más frecuente fue la técnica o procedimental (38,9 %), seguida por la defensiva o justificatoria (24,1 %), y en empate la conciliatoria y la empática (18,5 % cada una). Estos porcentajes equivalen a 31, 16 y 7 piezas en el primer caso y a 21, 13, 10 y 10 piezas en el segundo, sobre un total de 54. Por tanto, el tono predominante del corpus fue técnico y no defensivo; la comunicación defensiva tuvo una presencia apreciable, cercana a un cuarto de las piezas, pero minoritaria. Este resultado matiza la expectativa formulada en H2 y lo que anticipaban las fuentes periodísticas citadas en el apartado 1.6.3.

3.2.3. Oportunidad, transparencia e interactividad

Tabla 10

Indicadores de la gestión comunicacional durante la crisis y metas propuestas

Indicador	Resultado obtenido	Meta propuesta por la autora
Tiempo promedio de respuesta ante evento crítico	7,6 horas	< 1 hora
Publicaciones con fuentes o datos verificables	70,4 % (38 de 54 piezas)	> 70 %
Comentarios respondidos en redes sociales	0 %	> 30 %
Publicaciones que reconocen impacto humano	25,9 %	> 25 %
Consistencia narrativa entre portavoces	Alta en el 100 % de las piezas; no se registraron casos de consistencia media o baja	Alta (vocero único)

Nota. Las metas de la tercera columna son propuestas de la autora para esta institución y no estándares tomados de la literatura; su forma de aplicación se explica en las recomendaciones. Elaboración propia a partir de la matriz del Anexo 3.

Para el tiempo de respuesta se identificaron siete eventos críticos ocurridos en Imbabura durante el periodo analizado. La Gobernación publicó una pieza referida a cinco de ellos y no se pronunció sobre la invasión de la finca florícola en Cotacachi ni sobre la herida mortal de José Alberto Guamán. Para cada evento se registró la fecha en que ocurrió, con base en reportes de prensa, y se calculó el tiempo transcurrido hasta la primera publicación institucional referida a él. Las horas transcurridas fueron 8,3; 0,3; 22,0; 1,2 y 6,0, y su promedio es (8,3 + 0,3 + 22,0 + 1,2 + 6,0) / 5 = 37,8 / 5 = 7,6 horas. Como la fecha de algunos eventos procede de reportes de prensa y no de un registro oficial, el promedio se presenta como una aproximación. El detalle de cada evento consta en el Anexo 3.

La transparencia informativa del corpus se codificó publicación por publicación a partir de tres criterios, cita de un portavoz identificable por su nombre, presencia de un dato comprobable con cifra concreta y mención de una fuente institucional. Treinta y ocho de las 54 piezas (70,4 %) cumplieron al menos dos de esos tres criterios y se clasificaron como transparentes, mientras que las 16 restantes (29,6 %) no los cumplieron. El portavoz se identifica en 53 de las 54 piezas (98,1 %), y la coherencia entre los mensajes de los distintos portavoces fue alta en el 100 % de las publicaciones, sin casos clasificados como de consistencia media o baja. Este hallazgo no respalda la expectativa inicial de una mayor

variación narrativa asociada a la rotación de tres gobernadores; una posible explicación es que la coordinación de mensajes se mantuvo centralizada pese a los cambios de autoridad, aunque esta lectura requeriría contrastarse con las entrevistas.

El indicador de transparencia de las 54 publicaciones se codificó publicación por publicación en el Anexo 3, con la regla descrita arriba.

En la interactividad, las 54 publicaciones del corpus, todas en redes sociales, sumaron 848 comentarios, y ninguno recibió respuesta oficial dentro de las 24 horas siguientes (0 %). El conteo se hizo publicación por publicación con el número de comentarios visible en cada pieza en la fecha de revisión (12 de julio de 2026), y se consideró respuesta oficial toda réplica publicada desde la cuenta oficial de la Gobernación dentro del hilo de comentarios. Por plataforma, el promedio de comentarios por pieza fue de 28,4 en Facebook, 1,2 en Instagram y 0,5 en X (Tabla 9). Los conteos de comentarios y de respuestas de cada publicación figuran en la matriz del Anexo 3.

3.3. Resultados de las entrevistas semiestructuradas

El estudio aplicó tres entrevistas semiestructuradas a un comunicador institucional interno, un periodista de medio local y un analista de comunicación política, con el fin de contrastar la evidencia cuantitativa y documental con tres lecturas distintas del fenómeno. Las tres entrevistas se realizaron entre el 30 de junio y el 15 de julio de 2026, una vez cerrado el conflicto: el 30 de junio con el analista de comunicación política, el 2 de julio con el corresponsal de Diario EL NORTE y el 15 de julio con el responsable de la Unidad de Comunicación de la Gobernación. Las tres se transcribieron y se codificaron. Los resultados se presentan en el orden en que se describieron los perfiles en el capítulo metodológico y se sintetizan después en la matriz temática de la Tabla 11.

3.3.1. Testimonio del responsable de comunicación institucional

Edison Andrés Teanga Tulcán, abogado y responsable de la Unidad de Comunicación de la Gobernación de Imbabura durante el periodo estudiado, describe su vínculo con los hechos al señalar que se desempeñó "dentro de la Unidad de Comunicación de la Gobernación de Imbabura, participando directamente en la planificación, producción y difusión de información institucional" (Teanga, comunicación personal, 15 de julio de 2026). Entre sus labores destaca la cobertura de actividades oficiales, la elaboración de boletines de prensa, el manejo de redes sociales y la coordinación con medios.

Sobre el rol de la comunicación institucional en la crisis, señala que "cumplió un papel fundamental para mantener informada a la ciudadanía y preservar la imagen institucional en un contexto complejo". Sin embargo, también reconoce que "la rapidez con la que evolucionaban los acontecimientos exigía respuestas inmediatas, coordinación permanente entre las autoridades y una planificación estratégica que, en ciertos momentos, se vio limitada por los constantes cambios administrativos y políticos".

Respecto de la coherencia entre mensajes y acciones, el entrevistado señala que "en términos generales existió coherencia entre los mensajes institucionales y las acciones ejecutadas; sin embargo, la sucesión de cambios de autoridades generó variaciones en el enfoque comunicacional, afectando la continuidad de algunos procesos y la uniformidad del discurso institucional". Sobre el efecto de la rotación de tres gobernadores, añade que "cada administración estableció prioridades, estilos de liderazgo y enfoques comunicacionales distintos, lo que obligó a realizar constantes ajustes en la planificación, en la agenda mediática y en los mensajes dirigidos a la ciudadanía".

Su opinión general sobre el impacto de la comunicación en la crisis es diferente de la mayoría de las respuestas que se obtuvieron en la encuesta. Teanga piensa que la comunicación "contribuyó principalmente a contener la crisis mediante la difusión constante de las acciones

ejecutadas por la institución y la entrega de información oficial", y cree que el malentendido público se debe a "factores externos como la desinformación en redes sociales, la difusión de información no verificada y la inestabilidad administrativa", que, según su opinión, "sobrepasaban la capacidad comunicacional de la institución".

Sobre las plataformas digitales, enfatiza que fueron "el principal canal de comunicación con la ciudadanía" y que permitieron "difundir información en tiempo real, responder inquietudes, desmentir información falsa y dar cobertura inmediata a las actividades institucionales". Como fortalezas de la gestión menciona el compromiso del equipo, la cobertura permanente de las actividades y la coordinación con los medios locales y nacionales, mientras que entre las debilidades reconoce los cambios frecuentes de autoridades, la variación de los lineamientos institucionales, la falta de recursos y la necesidad de mejorar los protocolos de comunicación de crisis.

Se recomienda "implementar un protocolo institucional de comunicación de crisis que permita actuar de manera inmediata y coordinada", mejorar la planificación estratégica, establecer vocerías claras y "mantener criterios comunicacionales estables independientemente de los cambios de autoridades". Cierra destaca que la comunicación institucional "no debe analizarse únicamente desde la emisión de mensajes, sino también desde la capacidad de generar confianza, credibilidad y cercanía con la ciudadanía".

3.3.2. Testimonio del periodista de medio local

David Terán Echeverría, periodista de Diario EL NORTE, cubrió de manera directa la paralización de septiembre y octubre de 2025 en Imbabura. Señala que, durante ese periodo, "la Gobernación era una de las instituciones avaladas para ofrecer información sobre las acciones que ejecutó el Estado en territorio" (Terán, comunicación personal, 2 de julio de 2026), condición que la convertía en fuente obligada para la cobertura de los hechos.

Su valoración del desempeño comunicacional difiere de la que ofrece el responsable de comunicación. Terán sostiene que la Gobernación “tuvo muchas falencias comunicacionales, en especial cuando se solicitaba datos específicos sobre ciertos acontecimientos de interés, como fueron las mesas de diálogo entre el Estado y los representantes indígenas”, y agrega que “hubo escasez de comunicados oficiales y ruedas de prensa en sus redes oficiales”. Sobre la coherencia entre mensajes y acciones afirma que la institución “se mantuvo hermética y no ofreció declaraciones cuando se requirió [...] sus respuestas públicas fueron escuetas, y que dejaban más interrogantes”.

Respecto de la rotación de autoridades, el periodista indica que “no hubo una línea discursiva por ninguno de los tres gobernadores de paso y, cuando se trató de hacerlo, no mantenía una coherencia con lo que promovía el Estado”. A su juicio, ese hermetismo “solo profundizó la crisis, porque fue una institución que no ofreció respuestas precisas y estuvo solo a la espera”, lo que derivó en “una crisis de credibilidad”. Su lectura atribuye la responsabilidad de manera más directa que el testimonio institucional; la comparación entre ambas se retoma en el apartado 3.5.

Sobre las plataformas digitales, reconoce que cumplieron “un rol fundamental como fuentes de información, interacción y consulta para la ciudadanía” y que fueron “el canal directo para que organizaciones sociales, indígenas, medios de comunicación e instituciones públicas promuevan su contenido y posturas”. Entre las debilidades, identifica “el ”silencio“ y la actuación pasiva” institucional durante los momentos de mayor tensión social; como fortaleza, una mejora hacia el final del conflicto, cuando “se desarrollaron las mesas de diálogo” y se notó “mayor agilidad al momento de compartir información con los medios de comunicación”. Propone la creación de “un plan de crisis comunicacional” que contemple escenarios de paralización en la provincia.

3.3.3. Testimonio del analista de comunicación política

Paolo Ponce Cadena es un analista de comunicación política y estratega con experiencia en el servicio público a nivel nacional. Él brinda una opinión desde fuera y hace comparaciones. Aclara que "no tuvo una participación directa ni formó parte de la estructura de la Gobernación de Imbabura" y que su acercamiento fue "como analista de comunicación política, estratega y servidor público en el ámbito nacional, observando el desarrollo de los acontecimientos" (Ponce Cadena, comunicación personal, 30 de junio de 2026). Esta posición, como dice, le permitió ver el caso "desde una visión técnica y comparada con otros procesos institucionales".

Desde esta perspectiva, afirma que "en toda crisis la comunicación deja de ser un componente operativo para convertirse en un elemento estratégico de gobernabilidad" y que su función no se limita a informar, ya que también debe "reducir incertidumbre, generar confianza y proyectar liderazgo". Sobre las estrategias de la Gobernación, se mencionan "comunicados oficiales, difusión de actividades institucionales y presencia en redes sociales". También se señala que "en escenarios de crisis estos métodos, por sí solos, resultan insuficientes" si no se tienen "portales de comunicación oficiales identificados" y "oportunidad en las respuestas".

Al analizar cómo influye el cambio de gobernadores, menciona que "cada transición implica reconstruir relaciones con medios, redefinir agendas y reposicionar la imagen institucional", lo que "puede provocar una percepción de discontinuidad". El texto ofrece una visión sobre cómo la comunicación afecta la crisis. "Hubo momentos en que la rapidez de la conversación pública fue más rápida que la respuesta de las instituciones", y cuando "los vacíos de información no son cubiertos a tiempo por la institución, otros actores llenan ese espacio", lo que puede causar "interpretaciones, rumores o narrativas alternativas".

El deterioro de la reputación se debe a cinco factores que ocurren al mismo tiempo: los cambios constantes en el liderazgo, la falta de una historia clara y consistente, las respuestas lentas a temas de gran interés público, la tendencia a reaccionar en vez de prevenir en la

comunicación, y el aumento de la conversación en línea sin la suficiente capacidad institucional para presentar su propia versión de los hechos. Acerca de las plataformas digitales, menciona que hoy "no son únicamente canales de difusión; son espacios donde la ciudadanía interpreta, debate y evalúa permanentemente la actuación de las instituciones".

Entre las fortalezas, menciona "la existencia de canales oficiales para informar y la continuidad de la difusión institucional." Como oportunidades de mejora, se sugiere tener una mejor planificación estratégica, crear protocolos entendibles para la comunicación en crisis, mejorar la representación institucional, aumentar la comunicación en las comunidades y coordinar mejor la comunicación política, institucional y digital. Sus recomendaciones, que incluyen un protocolo de crisis aprobado anteriormente, personas capacitadas para hablar, monitoreo constante de medios y redes, prioridad a la transparencia y rapidez, y una historia clara a pesar de los cambios de autoridades, son las mismas que da el encargado de comunicación de la Gobernación.

La Tabla 11 resume las convergencias y las divergencias entre los tres testimonios, organizadas por categoría temática.

Tabla 11

Matriz temática transversal de las entrevistas

Categoría	Convergencias	Divergencias	Cita breve
Rol de la comunicación durante la crisis	Los tres admiten que la respuesta fue insuficiente en los momentos de mayor preocupación.	Teanga afirma que la comunicación ayudó a controlar la crisis; Terán y Ponce Cadena no creen que eso haya sido así.	"El hermetismo […] solo hizo más intensa la crisis" (Terán)
Rotación de autoridades	Coinciden en que los cambios de gobernador impactaron la continuidad del discurso institucional.	Teanga los llama cambios de enfoque; Terán dice que no hubo ninguna línea de discurso.	"No hubo un discurso claro de parte de los tres gobernadores que pasaron" (Terán)
Oportunidad de la respuesta	Los tres reconocen que hay retrasos o falta de información.	Teanga los atribuye a la verificación previa y al cambio de lineamientos, y Ponce Cadena a una conversación pública que rebasó la capacidad de respuesta institucional.	"La rapidez de la conversación pública superó la habilidad de las instituciones para responder" (Ponce Cadena).
Plataformas digitales	Las consideran el espacio central de la conversación pública durante la crisis.	Para Teanga sirvieron para desmentir información falsa, y Terán y Ponce Cadena añaden que también abrieron espacio a otros actores para disputar la narrativa.	"Son lugares donde la gente entiende, discute y valora" (Ponce Cadena).

Factores del deterioro reputacional	Los tres señalan que faltó una narrativa sostenida y que no existían protocolos de crisis.	Teanga atribuye el deterioro sobre todo a la desinformación externa, mientras que el periodista y el analista apuntan a causas internas.	"Ausencia de una narrativa única" (Ponce Cadena)
Recomendaciones	Los tres proponen un protocolo de comunicación de crisis y vocerías estables.	No se registran divergencias en este punto.	"Un protocolo institucional de comunicación de crisis" (Teanga)

Nota. Elaboración propia a partir de las transcripciones del Anexo 2. Las citas se reproducen de forma abreviada; el texto completo consta en cada transcripción.

Los apartados siguientes discuten estos hallazgos frente a las hipótesis planteadas en el capítulo metodológico y respecto a los resultados de investigaciones afines sobre comunicación de crisis en instituciones públicas.

Tabla 12

Comprobación de las hipótesis

Hipótesis	**Cumplimiento**
H1. La valoración ciudadana de la oportunidad de la comunicación oficial de la Gobernación (P7) se relaciona con la valoración de su transparencia (P10), en el conjunto de los 384 participantes de la encuesta.	Sostenida (rho = 0,72; p < 0,001; n = 384), como asociación entre percepciones y sin valor causal. La falta de oportunidad (36,5 %) y la falta de transparencia (26,8 %) encabezan las debilidades percibidas.
H2 (reformulada). En el corpus institucional predomina el tono técnico y se observa escasa respuesta a comentarios; estos rasgos coexisten con la persistencia de una valoración ciudadana negativa, sin inferir causalidad entre ambos hechos.	Sostenida parcialmente. Se confirma la ausencia de bidireccionalidad, con 0 % de comentarios respondidos. En cambio, el predominio del tono defensivo se rechaza, porque el tono técnico o procedimental alcanzó el 38,9 % y el defensivo el 24,1 %. La divergencia entre el supuesto teórico y los datos empíricos se reporta de forma explícita como un hallazgo válido desde el punto de vista metodológico.
H3. La percepción ciudadana sobre la claridad (P6), la oportunidad (P7) y la empatía (P12) de los mensajes institucionales se relaciona con el nivel de confianza declarado por los mismos participantes en el periodo posterior a la crisis (P19).	Sostenida (rho = 0,54, 0,56 y 0,55 respectivamente; p < 0,001; n = 384), con coeficientes de magnitud moderada. La relación entre exposición a los canales oficiales e influencia declarada no fue significativa (rho = −0,04; p = 0,467).

Nota. Elaboración propia.

3.4. H1. Oportunidad percibida y percepción de transparencia

H1 planteaba que la valoración de la oportunidad (P7) se relaciona con la valoración de la transparencia (P10). Entre los 384 participantes, ambos ítems mostraron una asociación positiva y de magnitud alta (rho = 0,72; p < 0,001), de modo que quienes calificaron la comunicación como poco oportuna tendieron a calificarla también como poco transparente. Con ese resultado, H1 se sostiene en los términos en que fue formulada, esto es, como relación

entre dos percepciones de la misma muestra. La prueba no permite afirmar que el tiempo real de respuesta de la institución causara la percepción de falta de transparencia, porque la encuesta no mide tiempos efectivos y el indicador de 7,6 horas procede del corpus, que es otra unidad de análisis. El coeficiente no permite establecer cuál percepción antecede a la otra, por lo que el resultado se interpreta como asociación y no como relación causal. La pregunta P23 aporta un dato coherente con esa asociación, puesto que la falta de oportunidad (36,5 %) y la falta de transparencia (26,8 %) fueron las debilidades más señaladas.

Teanga, el encargado de comunicación de la institución reconoce que hay un retraso. Él dice que esto es debido a "la necesidad de verificar información antes de su publicación y de los cambios frecuentes de directrices institucionales", no porque quieran ocultar información. Ese matiz no altera el resultado estadístico, referido a percepciones ciudadanas, pero ayuda a interpretarlo: la lentitud comunicacional puede originarse en limitaciones estructurales como las que describe Losada Díaz (2021) sobre los equipos de comunicación pública en América Latina, y no solo en una falta de voluntad.

3.5. H2. Evaluación del tono discursivo, la bidireccionalidad digital y su convergencia con la percepción ciudadana negativa

La hipótesis H2 planteaba dos ideas clave sobre la comunicación de la Gobernación de Imbabura durante la crisis de 2025. La primera era que los mensajes oficiales tenían un tono defensivo y justificatorio. La segunda era que no hubo un uso real de los canales digitales para dialogar con la ciudadanía. Al comparar estas ideas con los datos del estudio, se observa que el componente defensivo NO se confirma: predominó el tono técnico-procedimental (38,9 %) sobre el defensivo (24,1 %); este componente de H2 se declara no respaldado, sin reformularlo de manera retrospectiva para aparentar su confirmación.

En cuanto al tono de los mensajes, el análisis de las 54 publicaciones oficiales muestra que el discurso más común no fue el defensivo, como se esperaba. En cambio, el tono técnico

o procedimental fue el más usado, con un 38,9 % (21 mensajes). El tono defensivo ocupó el segundo lugar, con un 24,1 % (13 mensajes). Le siguieron el tono conciliador y el empático, ambos con un 18,5 % (10 mensajes cada uno). Esto indica que, aunque hubo muchos mensajes defensivos, no fueron los más frecuentes. Por tanto, el primer supuesto de la hipótesis no se confirma.

Por otro lado, el segundo supuesto, la falta de interacción bidireccional, sí se confirma claramente. En las 54 publicaciones de Facebook, Instagram y X, hubo 848 comentarios de ciudadanos, pero ninguno recibió respuesta oficial dentro de las 24 horas siguientes. La institución utilizó, por tanto, las redes sociales para difundir información y no para atender las dudas o los comentarios ciudadanos, en una comunicación estrictamente unidireccional.

Los resultados del corpus guardan relación con la percepción ciudadana, puesto que la gestión comunicacional recibió una evaluación muy negativa aunque el tono defensivo no haya sido el más frecuente, y el 72,7 % de los encuestados la calificó como “mala” o “muy mala” (Figura 2). La reacción de la ciudadanía, entonces, parece responder menos a un discurso confrontativo que a la falta de respuesta, a una burocracia rígida y a la ineficacia del diálogo, de ahí que la comunicación institucional se percibiera como poco humana y poco accesible.

Como el estudio combina datos cualitativos y cuantitativos, el análisis por separado de las publicaciones y de las respuestas ciudadanas ofrece una visión más completa del fenómeno. Que el tono defensivo no se haya confirmado tampoco debilita el estudio, porque indica que la insatisfacción tiene su origen en una forma de comunicar que no escucha, no dialoga y no responde, y no solo en un discurso conflictivo, y en un contexto de crisis esa forma de comunicar deja en la ciudadanía una percepción de abandono y desconfianza. El testimonio de la institución coincide en parte con ese análisis; el entrevistado dice que “la sucesión de cambios de autoridades generó variaciones en el enfoque comunicacional, afectando la continuidad de algunos procesos”, pero tiene una opinión más positiva al afirmar que la comunicación

“contribuyó principalmente a contener la crisis”. Terán, por su parte, menciona que la Gobernación “se mantuvo hermética” y que esa falta de comunicación “solo profundizó la crisis”. Ponce Cadena señala que el deterioro se debe a la “falta de una historia única y constante” y al “dominio de la comunicación reactiva en lugar de la preventiva”, lo cual coincide con lo que se observa en el corpus. Frandsen y Johansen (2020) explican que los actores institucionales tienden a ver su trabajo de manera más positiva que las personas de afuera.

3.6. H3. Claridad, oportunidad, empatía y confianza pública posterior

H3 relaciona la claridad (P6), la oportunidad (P7) y la empatía (P12) percibidas con la confianza declarada después de la crisis (P19). Para contrastarla se calcularon, con los mismos 384 participantes, las correlaciones de Spearman entre P6 y P19 (rho = 0,54), entre P7 y P19 (rho = 0,56) y entre P12 y P19 (rho = 0,55), todas con $p < 0,001$, que figuran en la Tabla 8. Los coeficientes de transparencia con confianza (rho = 0,52) y de empatía con evaluación general (rho = 0,46) no sustituyen esa prueba, porque usan variables que la hipótesis no incluye, y se informan solo como resultados complementarios. Con coeficientes de magnitud moderada en las tres relaciones previstas, H3 se sostiene en los términos planteados. En el plano descriptivo, la claridad (M = 1,79), la oportunidad (M = 1,65) y la empatía (M = 1,63) recibieron valoraciones muy bajas, al igual que la confianza actual en la información de la Gobernación (M = 1,65).

El responsable de comunicación institucional añade un matiz. Según su lectura, “la publicación continua de actividades en territorio, operativos interinstitucionales, ruedas de prensa y acciones del Gobierno Nacional ayudó a recuperar progresivamente la confianza ciudadana, aunque el proceso dependió también de los resultados concretos obtenidos por la gestión institucional” (Teanga, comunicación personal, 15 de julio de 2026). Los datos de la encuesta, recogidos después de la crisis, no permiten confirmar esa recuperación. La

diferencia entre la mejora que ve la institución y la opinión negativa de la ciudadanía está en línea con lo que dice Norris (2022) sobre la dificultad de cambiar la desconfianza una vez que se ha perdido.

Las opiniones externas aportan diferentes formas de entender esa interpretación institucional. Terán observa que, después de la crisis, "la Gobernación ha logrado centrar sus mensajes" en la seguridad y el apoyo a las zonas rurales; atribuye el daño anterior sobre todo a la falta de "un mensaje conciliador" en los momentos más tensos. Ponce Cadena explica el problema de manera más sencilla; menciona que "la confianza pública depende de la consistencia entre lo que una institución dice y lo que efectivamente hace". La consistencia ha sido cuestionada por el cambio de autoridades y la comunicación que solo se da cuando es necesario. La comparación entre las tres perspectivas muestra que la recuperación de la confianza no es igual en todos lados y se entiende mejor desde dentro de la institución que por lo que dicen los medios o los análisis externos.

3.7. Comparación con investigaciones similares

Los hallazgos de este estudio coinciden con investigaciones previas sobre comunicación de crisis en instituciones públicas latinoamericanas y ecuatorianas, aunque la comparación debe leerse con cautela, porque los estudios difieren en diseño, población e instrumentos. Lozano-Recalde (2026) analizó la comunicación del Gobierno del Ecuador en Instagram y TikTok durante el conflicto armado interno y la crisis energética de 2024, y describe una estrategia que se ajusta a las circunstancias de cada episodio antes que a un marco preventivo sostenido, además de la ausencia de una estrategia propia para cada plataforma y de la réplica de un mismo contenido entre canales. El corpus de la Gobernación de Imbabura muestra un patrón compatible, con un 29,6 % de piezas reactivas frente a un 13,0 % de preventivas o proactivas. Celi (2022) documenta, por su parte, el deterioro sostenido de la imagen de las entidades estatales ecuatorianas tras episodios como la gestión de la pandemia de COVID-19.

El 0 % de comentarios respondidos que registra el corpus coincide con lo que la literatura describe como un uso unidireccional de las plataformas institucionales. Bonsón, Royo y Cambra (2018), en su análisis del uso de Facebook en los municipios españoles, encontraron que solo el 31 % de las páginas permitía a la ciudadanía publicar en el muro y que apenas el 32 % de las publicaciones recibía comentarios, y concluyeron que el fomento de la participación ciudadana no se está logrando pese a la alta adopción de la plataforma. Espinosa Apolo (2021) llega a una lectura semejante para el caso ecuatoriano, al señalar que la mayoría de las instituciones mantiene una cultura comunicacional orientada al cumplimiento formal de la norma, sin prácticas efectivas de apertura informativa.

En el plano internacional, los resultados son consistentes con lo que reportan Frandsen y Johansen (2020) sobre la relación negativa entre la fragmentación de la vocería institucional y la credibilidad percibida. Sellnow y Seeger (2021) documentaron que la ausencia de comunicación empática ante las víctimas dificulta la recuperación reputacional a largo plazo, lo que resulta coherente con el 6,4 % de mensajes empáticos detectados en el corpus, aunque, como se señaló en el apartado 3.5, la perspectiva institucional atribuye parte de esa dificultad a condicionantes estructurales.

Una diferencia con estudios anteriores es el alto nivel de daño a la reputación en Imbabura, donde el 72,7 % de las calificaciones fueron “malas” o “muy malas” y solo el 0,5 % de los encuestados dio una valoración positiva. No se encontró un estudio similar que fije un límite de evaluaciones negativas para crisis institucionales. Por lo tanto, ese porcentaje se muestra como un dato específico de esta muestra y no como un valor extremo en la literatura. La combinación de factores presente en el caso, esto es, el vacío de liderazgo, la alta conflictividad social, la pérdida de vidas humanas y una conversación digital muy activa, configura un escenario de deterioro severo, cuya complejidad reconoce en parte el propio actor institucional entrevistado.

CONCLUSIONES

En relación con el primer objetivo específico (OE1), la crisis reputacional de la Gobernación de Imbabura se originó en el rechazo al Decreto Ejecutivo N.º 126, que eliminó el subsidio al diésel el 12 de septiembre de 2025, y escaló con el estado de excepción, el paro convocado por la CONAIE, la rotación de tres gobernadores en pocas semanas y la muerte de Efraín Fuerez y de José Alberto Guamán, cuyos hechos ocurrieron en territorio imbabureño. Los tres entrevistados coinciden en que los cambios de autoridad y la falta de un protocolo de comunicación de crisis debilitaron la continuidad del discurso institucional, aunque difieren en el peso que dan a la desinformación externa frente a las limitaciones internas. Estos factores describen el contexto en que se deterioró la valoración de la institución, sin que el estudio permita establecer cuál de ellos tuvo mayor efecto.

En cuanto al segundo objetivo específico (OE2) y a la prueba de la segunda hipótesis (H2), la investigación mostró que la comunicación de la Gobernación de Imbabura tuvo un tono técnico-procedimental en el 38,9 % de los casos, más que el tono defensivo, que alcanzó el 24,1 %. Esto contradijo la idea inicial de que el discurso era mayormente justificativo. En cambio, quedó plenamente comprobada la falta de interacción en los canales digitales, pues de los 848 comentarios recibidos ninguno obtuvo respuesta, lo que corresponde a un esquema de comunicación tradicional y unidireccional. Se concluye que el componente de predominio defensivo de H2 no fue respaldado por los datos del corpus, mientras que el componente sobre la ausencia de interacción bidireccional sí se confirmó de manera plena. Se demostró que la distancia entre la institución y la ciudadanía aumentó por la falta de diálogo y por el tono frío y técnico de los comunicados en momentos de crisis social.

El tercer objetivo específico sobre la percepción de los ciudadanos (OE3) se aborda con los resultados de la encuesta. La evaluación de la claridad, la oportunidad, la credibilidad y la empatía de los mensajes de la institución fue negativa, con un promedio general de 1,71 sobre

5. La transparencia (M = 1,62) y la empatía (M = 1,63) fueron los aspectos peor valorados. El 72,7 % de las personas encuestadas dijo que la comunicación era “mala” o “muy mala”, y solo el 0,5 % la vio como “buena” o “muy buena”. Además, el 73,2 % pensó que esto afectó “mucho” su visión sobre la institución. Estos resultados muestran información sobre los 384 participantes de la muestra y no se pueden aplicar a toda la población de la provincia, debido a las características del muestreo mencionadas en la sección 2.5.1.

En cuanto al objetivo general, los resultados indican que la opinión de los ciudadanos sobre la comunicación de la institución y la disminución en la percepción de la Gobernación están conectadas dentro de la encuesta. La oportunidad percibida se asoció con la transparencia (rho = 0,72) y la transparencia con la confianza actual en la información de la Gobernación (rho = 0,52); estas asociaciones, de magnitud alta a moderada, no permiten afirmar una relación de efecto entre las dimensiones. Los indicadores del corpus institucional coinciden con esa valoración, pero su conexión se basa en la coincidencia de pruebas y no en un cálculo estadístico, ya que pertenecen a diferentes unidades de análisis. El diseño no permite decir que hay una relación de causa y efecto; no se puede afirmar que los problemas de comunicación causaron el daño a la reputación, solo que ambos problemas ocurren al mismo tiempo en el período estudiado.

RECOMENDACIONES

Aprobar un protocolo de comunicación de crisis que fije como meta una primera publicación en menos de una hora después de cada evento crítico. Esta meta es una propuesta de la autora para la Gobernación de Imbabura, construida a partir del promedio aproximado de 7,6 horas registrado en el corpus, y no un estándar universal. Su aplicación podría apoyarse en un turno de guardia del equipo de comunicación, en mensajes iniciales aprobados de antemano que confirmen el hecho y anuncien que habrá más información, y en un registro horario de cada evento y de cada publicación con el cual medir el cumplimiento de la meta.

Dotar a la Unidad de Comunicación Institucional de personal especializado y de autonomía técnica suficiente para tomar decisiones en tiempo real, sin que cada respuesta tenga que esperar autorizaciones jerárquicas sucesivas. La medida recoge lo que señalaron los tres entrevistados sobre los cambios de lineamientos y las limitaciones de recursos.

Orientar las redes sociales institucionales hacia la interacción y no solo hacia la difusión, con responsables capacitados para atender los comentarios ciudadanos. El 0 % de comentarios respondidos registrado en el corpus justifica la medida. La meta de responder al menos al 30 % de los comentarios de carácter consultivo dentro de las primeras seis horas es una propuesta de la autora para esta institución y no un umbral tomado de la literatura. Con ese fin, la Unidad de Comunicación tendría que designar un responsable de monitoreo en cada plataforma, redactar respuestas tipo para las consultas más habituales y revisar semanalmente qué porcentaje de comentarios se ha atendido.

Incorporar al protocolo de comunicación el reconocimiento del impacto humano de las crisis, de forma que, cuando haya víctimas o daños graves, el primer mensaje institucional reconozca el daño antes de entrar en explicaciones procedimentales o legales. La

recomendación se basa en que el 6,4 % de los mensajes son empáticos y el 8,5 % de las publicaciones reconocen el impacto humano. También se toma en cuenta que la media de empatía percibida es de 1,63 sobre 5 y las 65 menciones sobre falta de empatía que se obtuvieron en la pregunta abierta.

Crear un programa de relaciones con los medios locales y con organizaciones sociales y comunidades indígenas de la provincia. Esto ayudará a establecer conexiones en momentos tranquilos y a tener formas de comunicación antes de que surjan conflictos. Las respuestas a la pregunta abierta apoyan esta idea; cuatro participantes solicitaron comunicación en kichwa o que fuera específicamente para las comunidades y los adultos mayores.

Crear formas de estabilidad en la comunicación que se mantengan a pesar de los cambios de líderes, asegurando que los criterios, protocolos y equipos técnicos sigan funcionando sin interrupciones. Los tres entrevistados están de acuerdo en esta necesidad, y la falta de coincidencia entre los portavoces, que se muestra en el corpus, lo apoya.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bonsón, E., Royo, S., y Cambra, E. (2018). Análisis del uso de Facebook a nivel municipal. Una aplicación a municipios españoles. Revista del CLAD Reforma y Democracia, (71), 85-120.

Canel, M., y Luoma-aho, V. (2019). Public sector communication: Closing gaps between citizens and public organizations. Hoboken: Wiley-Blackwell.

Casero-Ripollés, A. (2021). La información política en la era digital: Nuevas prácticas y viejos problemas. El Profesional de la Información, 30(3), e300302. https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.02

Celi, E. (2022). Comunicación gubernamental y opinión pública en el Ecuador: desafíos y estrategias. Revista Ecuatoriana de Investigación en Comunicación, 3(6), 45-62.

Cohen, J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral sciences (2.ª ed.). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2025, 17 de octubre). Pronunciamiento sobre fallecimientos durante paro nacional en Ecuador [Publicación en X]. https://twitter.com/CIDH

Coombs, W. (2019). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (4.ª ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Cornelissen, J. (2020). Corporate communication: A guide to theory and practice (6.ª ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Creswell, J., y Creswell, J. (2023). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach (6.ª ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Edelman Intelligence. (2024). Edelman Trust Barometer 2024: The cycle of distrust. Chicago: Edelman. https://www.edelman.com/trust/trust-barometer

Edelman Intelligence. (2025). Edelman Trust Barometer 2025: Trust and the new equation of influence. Chicago: Edelman. https://www.edelman.com/trust/trust-barometer

El Comercio. (2025, 19 de septiembre). Daniel Noboa cambia al Gobernador de Imbabura tras anuncios de paro por el diésel. https://www.elcomercio.com

El Universo. (2025a, 19 de septiembre). Daniel Noboa cambia de gobernador de Imbabura, en medio de manifestaciones indígenas. https://www.eluniverso.com

El Universo. (2025b, 23 de septiembre). Tras revuelta en Otavalo, renuncia Efraín Amaguaña, gobernador de Imbabura recién designado. https://www.eluniverso.com

El Universo. (2025c, 15 de octubre). Movimientos indígenas de Imbabura levantan el paro tras diálogos con el gobierno de Daniel Noboa. https://www.eluniverso.com

El Universo. (2025d, 18 de octubre). CIDH exhorta a Ecuador a investigar y sancionar las muertes de Rosa Elena Paqui y José Alberto Guamán. https://www.eluniverso.com

Espinosa Apolo, M. (2021). Transparencia y comunicación institucional en el sector público ecuatoriano: entre la norma y la práctica. Ciencia Política, 16(32), 113-134.

Frandsen, F., y Johansen, W. (2020). Organizational crisis communication: A multivocal approach. Thousand Oaks: SAGE Publications.

GK. (2025a, 29 de septiembre). Lo que sabemos de la muerte de Efraín Fuerez en el paro 2025. https://gk.city/2025/09/29/muerte-efrain-fuerez-paro-nacional-2025/

GK. (2025b, 15 de octubre). Esto es lo que se sabe de las muertes en el paro 2025. https://gk.city/2025/10/15/muertes-paro-nacional-2025/

Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (7.ª ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Educación.

Hoy en Imbabura. (2025a, 28 de septiembre). Cronología de la muerte de Efraín Fueres. https://hoyenimbabura.com/tag/fallecido/

Hoy en Imbabura. (2025b, 23 de octubre). Cronología: El panorama de Imbabura, marcado por el cansancio y las protestas tras 30 días. https://hoyenimbabura.com

Corporación Latinobarómetro. (2023). Informe Latinobarómetro 2023. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro. https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp

Losada Díaz, J. (2021). No es la comunicación, es la política: Claves para gestionar la comunicación gubernamental. Barcelona: Paidós Empresa.

Lozano-Recalde, C. (2026). Redes sociales en la comunicación de crisis crónicas: análisis comparativo de Instagram y TikTok en el Gobierno del Ecuador. Palabra Clave, 28(4), e2843. https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.4.3

Lupa Ecuador. (2025, 16 de octubre). ¿Asesinaron niños en Imbabura el 14 de octubre en el paro? [Verificación de hechos]. https://lupa.com.ec

McCombs, M., y Valenzuela, S. (2020). Setting the agenda: Mass media and public opinion (3.ª ed.). Cambridge: Polity Press.

McNair, B. (2022). An introduction to political communication (7.ª ed.). Abingdon: Routledge.

Norris, P. (2022). In praise of skepticism: Trust but verify. Oxford: Oxford University Press.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2023). Government at a Glance 2023. París: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/3d5c5d31-en

Primicias. (2025a, 28 de septiembre). Efraín Fuerez es el primer indígena muerto en el contexto del paro en Cotacachi. https://www.primicias.ec

Primicias. (2025b, 16 de octubre). Hoy se levanta el paro, hoy se abren las vías en Imbabura, anuncia John Reimberg. https://www.primicias.ec

Rodríguez-Andrés, R. (2021). Gestión de la comunicación en las instituciones. Madrid: ESIC Editorial.

Sellnow, T., y Seeger, M. (2021). Theorizing crisis communication (2.ª ed.). Hoboken: John Wiley & Sons.

Teleamazonas. (2025a, 23 de septiembre). Imbabura: Renuncia Gobernador tras violencia en Otavalo; estuvo cuatro días en el cargo. https://www.teleamazonas.com

Teleamazonas. (2025b, 29 de septiembre). El Gobierno responsabiliza a la Conaie del fallecimiento del comunero Efraín Fueres. https://www.teleamazonas.com

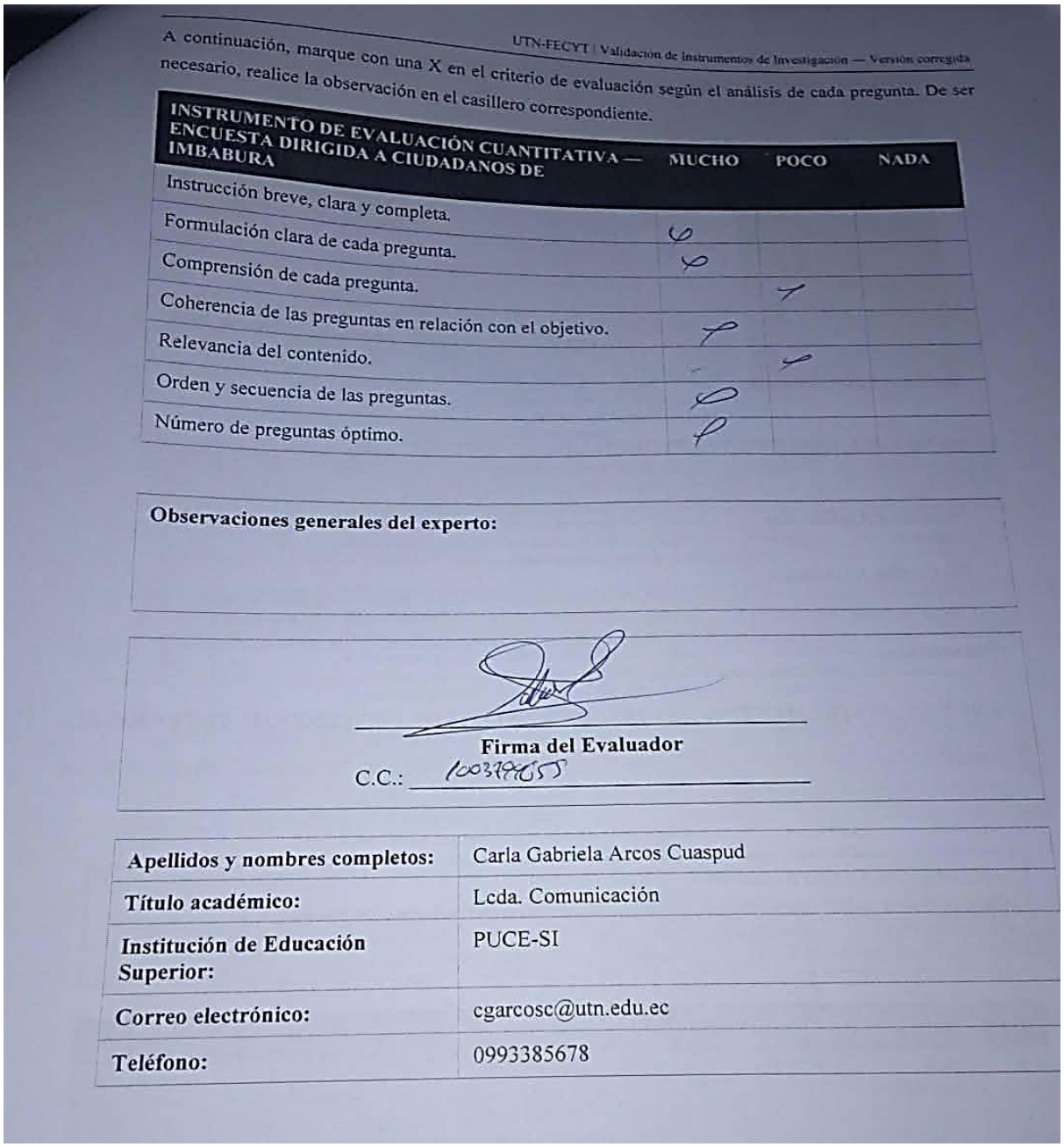
ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de encuesta aplicado a la ciudadanía

Sección	N.º	Pregunta o ítem
SEC. 1 Datos generales	P1	¿En qué rango de edad se encuentra? 18-25 / 26-35 / 36-45 / 46-55 / 56 o más
	P2	¿Cuál es su zona de residencia? Urbana / Rural
	P3	¿En qué cantón reside? Ibarra / Otavalo / Cotacachi / Antonio Ante / Pimampiro / Urcuquí
SEC. 2 Consumo de información	P4	¿A través de qué medio se informó principalmente sobre las crisis de 2025? Facebook / X (Twitter) / Instagram / TikTok / Web institucional / Radio / TV / Medios digitales locales / Conversaciones personales
	P5	¿Con qué frecuencia revisó información publicada por la Gobernación? Nunca / Rara vez / A veces / Frecuentemente / Siempre
SEC. 3 Percepción de la comunicación (escala: 1 = totalmente en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4 = de acuerdo; 5 = totalmente de acuerdo)	P6	La información difundida por la Gobernación durante las crisis fue clara y comprensible. (1-2-3-4-5)
	P7	La Gobernación informó oportunamente sobre los hechos ocurridos durante las crisis. (1-2-3-4-5)
	P8	La información proporcionada me permitió comprender adecuadamente la situación. (1-2-3-4-5)
	P9	Existió coherencia entre los mensajes difundidos y las acciones ejecutadas por la Gobernación. (1-2-3-4-5)
	P10	La comunicación institucional fue transparente durante el manejo de las crisis. (1-2-3-4-5)
	P11	Los mensajes emitidos contribuyeron a disminuir la incertidumbre ciudadana. (1-2-3-4-5)
	P12	Percibí empatía en la comunicación de la Gobernación hacia los ciudadanos afectados. (1-2-3-4-5)
	P13	La información emitida por la Gobernación generó confianza en la institución. (1-2-3-4-5)
	P14	Percibí transparencia en los mensajes institucionales emitidos durante las protestas. (1-2-3-4-5)
	P15	La comunicación de la Gobernación contribuyó a disminuir la tensión social durante la crisis. (1-2-3-4-5)
SEC. 4 Reputación y confianza (misma escala Likert 1-5)	P16	La gestión comunicacional de la Gobernación influyó en mi nivel de confianza hacia la institución. (1-2-3-4-5)
	P17	Considero que la reputación de la Gobernación de Imbabura se vio seriamente afectada durante las crisis. (1-2-3-4-5)
	P18	La imagen institucional de la Gobernación se deterioró como consecuencia de su comunicación durante las crisis. (1-2-3-4-5)
	P19	Actualmente confío en la información que publica la Gobernación de Imbabura en sus canales oficiales. (1-2-3-4-5)
	P20	Mi percepción actual sobre la Gobernación de Imbabura es positiva. (1-2-3-4-5)
SEC. 5 Evaluación general	P21	¿Cómo calificaría la comunicación de la Gobernación de Imbabura durante las crisis? Muy mala / Mala / Regular / Buena / Muy buena
	P22	¿Considera que la comunicación institucional influyó en la percepción ciudadana durante los acontecimientos? Mucho / Medianamente / Poco / Nada
	P23	¿Cuál fue la principal debilidad de la comunicación de la Gobernación? (Seleccione una) Falta de oportunidad / Falta de transparencia / Falta de empatía / Falta de coherencia / Falta de claridad / Otra

SEC. 6 Pregunta abierta	P24	¿Qué aspecto considera que debería mejorar la Gobernación de Imbabura en su comunicación institucional? (Respuesta abierta)

Ficha de validación del cuestionario. Fecha de envío 12/06/2026; fecha de revisión 26/06/2026.



UTN-FECYT | Validación de Instrumentos de Investigación — Versión corregida

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta. De ser necesario, realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA — ENCUESTA DIRIGIDA A CIUDADANOS DE IMBABURA	MUCHO	POCO	NADA
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.		X	
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.		X	
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones generales del experto:

Firma del Evaluador

C.C.: 1003774655

Apellidos y nombres completos:	Carla Gabriela Arcos Cuaspud
Título académico:	Lcda. Comunicación
Institución de Educación Superior:	PUCE-SI
Correo electrónico:	cgarcosc@utn.edu.ec
Teléfono:	0993385678

Anexo 2. Guion de entrevista semiestructurada y ficha de entrevistas

~~Eje temático~~	N.º	Pregunta
EJE 1 Contexto y experiencia profesional	P1	¿Podría describir brevemente su vínculo profesional con los eventos de la Gobernación de Imbabura durante 2025?
	P2	Desde su experiencia profesional, ¿cómo describiría el rol de la comunicación institucional de la Gobernación durante las crisis ocurridas?
EJE 2 Gestión comunicacional	P3	¿Qué estrategias comunicativas considera que utilizó la Gobernación durante las crisis y cómo evalúa la coherencia entre los mensajes emitidos y las acciones ejecutadas?

	P7	¿Considera que el encuadre utilizado por la Gobernación para presentar los eventos fue adecuado para el contexto social y político? ¿Por qué?
EJE 4 Crisis reputacional e imagen institucional	P8	¿En qué medida considera que la comunicación institucional contribuyó a profundizar o, por el contrario, a contener la crisis reputacional de la Gobernación?
	P9	¿Considera que las acciones comunicacionales implementadas contribuyeron a recuperar la reputación institucional tras los eventos más graves? ¿Por qué?
	P10	¿Cómo evaluaría el impacto político de la comunicación institucional sobre la imagen pública de la Gobernación y del Gobierno central en la provincia?
EJE 5 Impacto en la percepción ciudadana	P11	¿De qué manera la comunicación institucional influyó en la percepción y confianza ciudadana durante y después de la crisis?
	P12	¿Qué factores comunicacionales contribuyeron principalmente al deterioro de la reputación institucional?
	P13	¿Qué sectores de la ciudadanía fueron los más críticos con la comunicación de la Gobernación y por qué razones?
EJE 6 Comunicación digital y medios	P14	¿Qué papel considera que jugaron las plataformas digitales en la gestión comunicacional durante la crisis?
	P15	¿Cómo valora la relación entre la comunicación institucional de la Gobernación y la cobertura de los medios locales?
	P16	¿Considera que existió una estrategia coordinada entre los canales digitales institucionales y los medios tradicionales?
EJE 7 Evaluación crítica y recomendaciones	P17	¿Cuáles fueron las principales fortalezas y debilidades en la comunicación institucional durante las crisis del año 2025?
	P18	¿Qué recomendaciones propondría para mejorar la gestión comunicacional de la Gobernación en futuras situaciones de crisis?
	P19	¿Hay algún aspecto relevante sobre la comunicación durante la crisis que considere importante
	P4	¿Considera que la comunicación institucional fue oportuna y transparente? ¿Identifica inconsistencias, vacíos informativos o contradicciones en los mensajes emitidos?
	P5	¿Cómo afectó la rotación de tres gobernadores en pocas semanas a la continuidad y coherencia del manejo comunicacional?
EJE 3 Discurso y narrativa institucional	P6	¿Qué elementos discursivos o narrativos predominaron en la comunicación institucional? ¿Cuáles fueron los momentos comunicacionales de mayor impacto negativo sobre la percepción ciudadana? destacar y que no haya sido abordado en esta entrevista?

Nombre y apellido del entrevistado:	Edison Andrés Teanga Tulcán
Formación académica:	Abogado
Cargo:	Responsable de la Unidad de Comunicación Institucional
Institución:	Gobernación de Imbabura
Perfil en la triangulación:	Comunicador institucional interno
Fecha de la entrevista:	15 de julio de 2026

1. ¿Podría describir brevemente su experiencia profesional y su relación con los acontecimientos ocurridos en la Gobernación de Imbabura durante el año 2025?

Durante el año 2025 me desempeñé dentro de la Unidad de Comunicación de la Gobernación de Imbabura, participando directamente en la planificación, producción y difusión de información institucional. Mi trabajo incluyó la cobertura de actividades oficiales,

elaboración de boletines de prensa, manejo de redes sociales, coordinación con medios de comunicación y apoyo en la comunicación estratégica durante diferentes escenarios de alta exposición pública.

2. Desde su experiencia profesional, ¿cómo describiría el rol que desempeñó la comunicación institucional de la Gobernación durante las crisis ocurridas en 2025?

La comunicación institucional cumplió un papel fundamental para mantener informada a la ciudadanía y preservar la imagen institucional en un contexto complejo. Sin embargo, la rapidez con la que evolucionaban los acontecimientos exigía respuestas inmediatas, coordinación permanente entre las autoridades y una planificación estratégica que, en determinados momentos, se vio limitada por los constantes cambios administrativos y políticos.

3. ¿Qué estrategias comunicativas considera que utilizó la Gobernación durante las crisis y cómo evalúa la coherencia entre los mensajes emitidos y las acciones ejecutadas?

Entre las principales estrategias se utilizaron comunicados oficiales, ruedas de prensa, entrevistas en medios de comunicación, difusión permanente mediante redes sociales institucionales y cobertura audiovisual de las actividades desarrolladas en territorio. En términos generales existió coherencia entre los mensajes institucionales y las acciones ejecutadas; sin embargo, la sucesión de cambios de autoridades generó variaciones en el enfoque comunicacional.

4. ¿Considera que la comunicación institucional fue oportuna y transparente? ¿Identifica inconsistencias, vacíos informativos o contradicciones en los mensajes emitidos?

Considero que existió el esfuerzo permanente por brindar información de manera oportuna y transparente. No obstante, durante algunos momentos de mayor tensión institucional se presentaron vacíos informativos derivados de la necesidad de verificar información antes de su publicación y de los cambios frecuentes de directrices institucionales.

5. ¿Cómo considera que la rotación de tres gobernadores en pocas semanas influyó en la continuidad y coherencia de la comunicación institucional?

La rotación de autoridades tuvo un impacto importante en la comunicación institucional. Cada administración estableció prioridades, estilos de liderazgo y enfoques comunicacionales distintos, lo que obligó a realizar constantes ajustes en la planificación, en la agenda mediática y en los mensajes dirigidos a la ciudadanía.

6. ¿En qué medida considera que la comunicación institucional contribuyó a contener o, por el contrario, a profundizar la crisis reputacional de la Gobernación?

Considero que la comunicación institucional contribuyó principalmente a contener la crisis mediante la difusión constante de las acciones ejecutadas por la institución y la entrega de información oficial. Sin embargo, factores externos como la desinformación en redes sociales y la inestabilidad administrativa influyeron en la percepción pública.

7. ¿De qué manera considera que la comunicación institucional influyó en la percepción y la confianza de la ciudadanía durante y después de la crisis?

La comunicación institucional permitió mantener canales permanentes de información con la ciudadanía, fortaleciendo la transparencia y la rendición de cuentas. La publicación continua de actividades en territorio ayudó a recuperar progresivamente la confianza ciudadana, aunque el proceso dependió también de los resultados concretos obtenidos por la gestión institucional.

8. ¿Qué papel desempeñaron las plataformas digitales en la gestión comunicacional durante la crisis?

Las plataformas digitales fueron el principal canal de comunicación con la ciudadanía. Permitieron difundir información en tiempo real, responder inquietudes, desmentir información falsa y dar cobertura inmediata a las actividades institucionales.

9. Desde su perspectiva, ¿cuáles fueron las principales fortalezas y debilidades de la comunicación institucional durante las crisis de 2025?

Fortalezas: compromiso del equipo técnico de comunicación, cobertura permanente de actividades, uso constante de redes sociales oficiales y coordinación con medios locales y nacionales. Debilidades: cambios frecuentes de autoridades, variación de lineamientos institucionales, limitaciones de recursos tecnológicos y necesidad de fortalecer protocolos específicos para la comunicación de crisis.

10. ¿Qué recomendaciones propondría para fortalecer la gestión de la comunicación institucional en futuras situaciones de crisis?

Considero necesario implementar un protocolo institucional de comunicación de crisis que permita actuar de manera inmediata y coordinada, fortalecer la planificación estratégica, establecer vocerías claramente definidas y mantener criterios comunicacionales estables independientemente de los cambios de autoridades.

11. ¿Existe algún aspecto que considere importante mencionar y que no haya sido abordado en esta entrevista?

Es importante destacar que la comunicación institucional no debe analizarse únicamente desde la emisión de mensajes, sino también desde la capacidad de generar confianza, credibilidad y cercanía con la ciudadanía. Las crisis representan una oportunidad para fortalecer la transparencia institucional, siempre que exista planificación, coordinación interinstitucional y una estrategia basada en información verificada. **Ficha y transcripción — David Terán Echeverría (periodista)**

Nombre y apellido del entrevistado:	David Terán Echeverría
Formación académica:	Licenciado en Comunicación

Cargo:	Periodista
Institución:	Diario EL NORTE
Perfil en la triangulación:	Periodista de medio local
Fecha de la entrevista:	2 de julio de 2026

1. ¿Podría describir brevemente su vínculo profesional con los eventos de la Gobernación de Imbabura durante 2025?

Como periodista de Diario EL NORTE, cubrí y reporté los hechos de la paralización de septiembre y octubre de 2025 en Imbabura. En ese periodo de tiempo, la Gobernación era una de las instituciones avaladas para ofrecer información sobre las acciones que ejecutó el Estado en territorio.

2. Desde su experiencia profesional, ¿cómo describiría el rol de la comunicación institucional de la Gobernación durante las crisis ocurridas?

La Gobernación tuvo muchas falencias comunicacionales, en especial cuando se solicitaba datos específicos sobre ciertos acontecimientos de interés, como fueron las mesas de diálogo entre el Estado y los representantes indígenas. Incluso, hubo escasez de comunicados oficiales y ruedas de prensa en sus redes oficiales.

3. ¿Qué estrategias comunicativas considera que utilizó la Gobernación durante las crisis y cómo evalúa la coherencia entre los mensajes emitidos y las acciones ejecutadas?

Durante ese periodo de paralización, la Gobernación de Imbabura se mantuvo hermética y no ofreció declaraciones cuando se requirió. En muchas ocasiones, la institución solo actuó de forma reactiva ante los hechos y sus respuestas públicas fueron escuetas, y que dejaban más interrogantes.

4. ¿Cómo afectó la rotación de tres gobernadores en pocas semanas a la continuidad y coherencia del manejo comunicacional?

Esos cambios hicieron que la Gobernación de Imbabura no tenga mensaje claro ante los acontecimientos de la paralización. No hubo una línea discursiva por ninguno de los tres gobernadores de paso y, cuando se trató de hacerlo, no mantenía una coherencia con lo que promovía el Estado.

5. ¿En qué medida considera que la comunicación institucional contribuyó a profundizar o, por el contrario, a contener la crisis reputacional de la Gobernación?

El hermetismo que mantuvo la Gobernación en el trascurso de la paralización solo profundizó la crisis, porque fue una institución que no ofreció respuestas precisas y estuvo solo a la espera. Esto hizo que la institución tuviera una crisis de credibilidad.

6. ¿De qué manera la comunicación institucional influyó en la percepción y confianza ciudadana durante y después de la crisis?

Durante la paralización, la Gobernación fue una entidad criticada por la ciudadanía ante la falta de autoridad y porque no generó un mensaje conciliador cuando se presentó el enfrentamiento entre las fuerzas públicas y los grupos indígenas de la provincia de Imbabura. Luego de la crisis, la Gobernación ha logrado centrar sus mensajes; como una institución que se enfoca en la seguridad y apoyo a los sectores rurales de Imbabura. También que está abierta al diálogo.

7. ¿Qué factores comunicacionales contribuyeron principalmente al deterioro de la reputación institucional?

La falta de respuestas ante las situaciones adversas que se registraron en la paralización.

Además, la poca presencia de la autoridad de turno, que no tuvo una línea discursiva fuerte cuando se hizo presente en las ruedas de prensa o declaraciones para los medios de comunicación. Asimismo, no hubo un buen manejo de la imagen del gobernador, como ese representante directo del Gobierno Nacional en la provincia; en muchas ocasiones se presentó como una autoridad nada propositiva.

8. ¿Qué papel considera que jugaron las plataformas digitales en la gestión comunicacional durante la crisis?

Las plataformas digitales, si hablamos de las redes sociales, jugaron un rol fundamental como fuentes de información, interacción y consulta para la ciudadanía, que buscó conocer de primera mano los hechos que acontecían en el periodo de paralización en la provincia de Imbabura. Además, estos espacios digitales fueron el canal directo para que organizaciones sociales, indígenas, medios de comunicación e instituciones públicas promuevan su contenido y posturas, como ruedas de prensa, comunicados, declaraciones o entrevistas.

9. ¿Cuáles fueron las principales fortalezas y debilidades en la comunicación institucional durante las crisis del año 2025?

Desde mi perspectiva, como periodista, la principal debilidad de la comunicación institucional fue su "silencio" y actuación pasiva ante ciertos acontecimientos que tuvieron de involucrados la fuerza pública y las comunidades indígenas, los mismos que fueron los instantes de mayor tensión social. Por otro lado, una de las fortalezas se presentó al final de la crisis, cuando se desarrollaron las mesas de diálogo. Se notó una mayor agilidad al momento de compartir información con los medios de comunicación.

10. ¿Qué recomendaciones propondría para mejorar la gestión comunicacional de la Gobernación en futuras situaciones de crisis?

Lo principal es la creación de un plan de crisis comunicacional, donde una de las posibles amenazas conste las paralizaciones o hechos similares dentro de la provincia de Imbabura. Este documento sería de vital importancia para generar estrategias y acciones que permitan mantener una buena imagen institucional, canales de información certeros y evitar la desinformación.

Ficha y transcripción — Paolo Ponce Cadena (analista de comunicación política)

Nombre y apellido del entrevistado:	Paolo Ponce Cadena
Formación académica:	Comunicación Política
Cargo:	Analista de comunicación política y estratega
Institución:	Sector público, ámbito nacional
Perfil en la triangulación:	Analista de comunicación política
Fecha de la entrevista:	30 de junio de 2026

1. ¿Podría describir brevemente su vínculo profesional con los eventos de la Gobernación de Imbabura durante 2025?

No tuve una participación directa ni formé parte de la estructura de la Gobernación de Imbabura. Mi aproximación fue como analista de comunicación política, estratega y servidor público en el ámbito nacional, observando el desarrollo de los acontecimientos desde la perspectiva de la comunicación institucional, la gestión de crisis y la percepción ciudadana. Esa condición me permitió evaluar el comportamiento comunicacional de la institución desde una visión técnica y comparada con otros procesos institucionales. Además, mi residencia y conocimiento del contexto imbabureño me permitieron seguir de cerca la cobertura mediática y la conversación pública.

2. Desde su experiencia profesional, ¿cómo describiría el rol de la comunicación institucional de la Gobernación durante las crisis ocurridas?

En toda crisis la comunicación deja de ser un componente operativo para convertirse en un elemento estratégico de gobernabilidad. Desde mi percepción, la comunicación institucional enfrentó el reto de transmitir estabilidad en un contexto caracterizado por cambios de autoridades, alta exposición mediática y una ciudadanía demandando respuestas rápidas. La comunicación institucional no solo debe informar lo que ocurre; debe reducir incertidumbre, generar confianza y proyectar liderazgo. Cuando ese propósito no se alcanza plenamente, la percepción pública suele deteriorarse con mayor rapidez que los hechos mismos.

3. ¿Qué estrategias comunicativas considera que utilizó la Gobernación y cómo evalúa su coherencia?

Se observó una comunicación basada principalmente en comunicados oficiales, difusión de actividades institucionales y presencia en redes sociales. Sin embargo, en escenarios de crisis estas herramientas, por sí solas, resultan insuficientes. La comunicación estratégica requiere mensajes consistentes, vocerías claramente identificadas, oportunidad en las respuestas y una narrativa que explique el contexto de las decisiones. La coherencia entre el mensaje y las acciones es uno de los principales activos reputacionales de cualquier institución.

4. ¿Cómo afectó la rotación de tres gobernadores en pocas semanas a la continuidad del manejo comunicacional?

La estabilidad institucional es uno de los pilares de la comunicación pública. Los cambios frecuentes de autoridades generan inevitablemente modificaciones en prioridades, estilos de liderazgo y equipos de trabajo. Desde la perspectiva comunicacional, cada transición implica reconstruir relaciones con medios, redefinir agendas y reposicionar la imagen institucional. Esa dinámica puede provocar una percepción de discontinuidad y dificultar la consolidación de mensajes sostenidos en el tiempo.

5. ¿Considera que la comunicación institucional contribuyó a profundizar o contener la crisis reputacional?

La comunicación, por sí sola, no crea ni resuelve una crisis, pero sí puede amplificarla o contribuir a contenerla. En este caso considero que existieron momentos en los cuales la velocidad de la conversación pública superó la capacidad de respuesta institucional. Cuando los vacíos informativos no son llenados oportunamente por la institución, otros actores ocupan ese espacio, generando interpretaciones, rumores o narrativas alternativas. Por ello, la oportunidad y la transparencia constituyen factores decisivos en la gestión reputacional.

6. ¿De qué manera influyó la comunicación institucional en la percepción y confianza ciudadana?

La confianza pública depende de la consistencia entre lo que una institución dice y lo que efectivamente hace. Una comunicación clara, permanente y cercana fortalece la legitimidad institucional, incluso en escenarios difíciles. Por el contrario, cuando la ciudadanía percibe silencio, mensajes contradictorios o falta de presencia de sus autoridades, la confianza tiende a disminuir. La percepción ciudadana se construye tanto por las acciones como por la forma en que estas son comunicadas.

7. ¿Qué factores comunicacionales contribuyeron principalmente al deterioro de la reputación institucional?

Desde un enfoque técnico señalaría cinco factores principales: cambios frecuentes de liderazgo institucional; ausencia de una narrativa única y sostenida; respuestas tardías frente a temas de alto interés público; predominio de comunicación reactiva sobre comunicación preventiva; y amplificación de la conversación digital sin suficiente capacidad de posicionar la versión institucional. Estos elementos suelen estar presentes en la mayoría de las crisis reputacionales del sector público.

8. ¿Qué papel considera que jugaron las plataformas digitales en la gestión comunicacional durante la crisis?

Las plataformas digitales fueron el principal escenario donde se construyó la opinión pública. Hoy las redes sociales ya no son únicamente canales de difusión; son espacios donde la ciudadanía interpreta, debate y evalúa permanentemente la actuación de las instituciones. En ese contexto, el monitoreo en tiempo real, el análisis de tendencias y la interacción responsable con la ciudadanía resultan indispensables. Una institución que no escucha el entorno digital pierde capacidad de anticipación.

9. ¿Cuáles fueron las principales fortalezas y debilidades de la comunicación institucional?

Entre las fortalezas destacaría la existencia de canales oficiales para informar y la continuidad de la difusión institucional. Como oportunidades de mejora señalaría: mayor planificación estratégica; protocolos específicos de comunicación de crisis; fortalecimiento de las vocerías institucionales; incremento de la comunicación territorial; y mayor coordinación entre la comunicación política, institucional y digital.

10. ¿Qué recomendaciones propondría para mejorar la gestión comunicacional en futuras crisis?

Recomendaría cinco acciones fundamentales: contar con un protocolo de comunicación de crisis previamente aprobado; designar voceros institucionales capacitados y con alta credibilidad; implementar sistemas permanentes de monitoreo de medios y redes sociales; priorizar la transparencia y la rapidez en la entrega de información oficial; y mantener una narrativa institucional coherente, independientemente de los cambios de autoridades. Finalmente, considero que la comunicación pública debe entenderse como una herramienta estratégica para fortalecer la confianza ciudadana. Las crisis son inevitables; lo que diferencia

a una institución sólida es su capacidad para comunicar con transparencia, liderazgo, oportunidad y coherencia. Esa visión ha sido precisamente uno de los aprendizajes más importantes que obtuve durante mi experiencia en la gestión de comunicación institucional a escala nacional.

Anexo 3. Matriz de análisis de contenido institucional

N.º	Categoría	Subcategoría o código	Definición operacional
1	Tipo de comunicación	Reactiva (código 1)	Publicación emitida en respuesta a un evento ya ocurrido y difundido por terceros antes de la comunicación oficial.
2		Informativa (código 2)	Comunicado de gestión ordinaria sin relación directa con el evento de crisis.
3		Preventiva o proactiva (código 3)	Mensaje que anticipa un riesgo, informa sobre medidas preventivas o llama al diálogo antes de que el conflicto escale.
4	Tono discursivo	Defensivo (código A)	El mensaje minimiza la responsabilidad institucional, atribuye la crisis a terceros o justifica las acciones del Gobierno sin reconocer errores.
5		Técnico (código B)	El mensaje emplea lenguaje formal o jurídico y describe procedimientos administrativos, sin componente emocional ni reconocimiento del impacto humano.
6		Conciliatorio (código C)	El mensaje abre espacios de diálogo, reconoce la conflictividad social y llama a la negociación entre partes.
7		Empático o humanizante (código D)	El mensaje menciona afectaciones ciudadanas, expresa solidaridad o manifiesta preocupación institucional por las víctimas o afectados.
8	Transparencia informativa	Verificable (código V)	La publicación incluye datos, cifras, fechas o nombres comprobables y, además, identifica la fuente de la que proceden. Se asigna V solo cuando concurren las dos condiciones.
9		Incompleta (código I)	La publicación omite información relevante, presenta datos no verificables o no identifica la fuente de los datos que difunde.
10	Oportunidad	Tiempo de respuesta	Horas transcurridas entre el evento crítico y la primera publicación oficial referida a ese evento.
11	Vocería institucional	Portavoz identificable (código PI)	El mensaje identifica claramente quién emite la comunicación y en qué calidad.
12		Consistencia narrativa (alta, media o baja)	Grado de coherencia entre los mensajes emitidos por distintos portavoces durante el mismo periodo de análisis.
13	Interactividad digital	Respuesta a comentarios	Porcentaje de comentarios ciudadanos en redes sociales que recibieron respuesta institucional dentro de las 24 horas.
14		Respuesta institucional en el hilo (S/N)	La publicación registra al menos una respuesta de la cuenta oficial a los comentarios ciudadanos. Mide si el canal operó en dos direcciones, con independencia del volumen de comentarios atendidos.
15	Encuadre narrativo	Tipo de encuadre	Marco interpretativo dominante de la pieza: criminalización de la protesta, minimización de responsabilidad, responsabilización de la CONAIE, gestión institucional, o acuerdo y levantamiento. Se asigna un solo encuadre por publicación.
16		Reconocimiento de impacto humano (S/N)	El mensaje hace referencia explícita al sufrimiento, las pérdidas o los derechos de los ciudadanos afectados por la crisis.
17	Audiencia objetivo	Destinatario principal	Público al que se dirige la pieza según su contenido y su formulación: ciudadanía general, jóvenes y usuarios digitales, medios de comunicación, sectores productivos y de transporte, o actores sociales y comunitarios.

Matriz de codificación de las 54 publicaciones del corpus

La matriz registra cada publicación del corpus con su plataforma, fecha, enlace y los códigos asignados según el libro de códigos anterior. La columna de hora y la de transparencia verificable quedan pendientes de una codificación manual caso por caso, porque no se dispuso de datos de hora de publicación ni de un criterio fiable para distinguir, a partir del resumen de la matriz, si cada publicación identifica la fuente de sus datos. Las columnas de comentarios y de respuestas oficiales sustentan el porcentaje de interactividad (0 respuestas sobre 848 comentarios).

N.º	Platafo	Fecha	Ho	Enlace	Tip	To	Tra	P	Cons	Comen	Resp.	Hi	Im	Encuadre	rma	ra	o	no	nsp	I	ist.	t.	oficial	lo	p.	hu ma no
1	Facebo	22/09/2		https://www.facebook.com/										Reactiv	A								Sí	Alta	3	
0	No	No	Conflicto / Paz vs. Paro						ok		025	share/p/1crSsP		a E 2	Facebo	22/09/2										
https://www.facebook.com/									Reactiv	C				Sí	Alta	2	0	No	No	Diálogo / Soluciones						
ok	025	share/p/1DxY							a vR8 3	Facebo	23/09/2			https://www.facebook.com/									Reactiv	B		
	Sí	Alta	5	0					No	No	Cooperación / Deslegitimaci			ok	025											
				share/p/1bx39					a																ón	
				2n																						
4	Facebo	23/09/2		https://www.facebook.com/										Informa	C								oN		Alta	
10	0	No	No	Diálogo / Alianzas						ok		025	share/p/19rVY		tiva hR 5	Facebo	23/09/2									
https://www.facebook.com/									Informa	A				Sí	Alta	12	0	No	No	Seguridad / Medidas						
ok	025																									
				share/p/1DrfU					tiva																	
				dr																						
6	Facebo	23/09/2		https://www.facebook.com/										Preven	A								Sí	Alta	2	
0	No	Sí	Legalidad / Orden público						ok		025	share/p/1M8G		tiva d5R 7	Facebo	24/09/2										
https://www.facebook.com/									Reactiv	A				Sí	Alta	4	0	No	No	Control de precios / ok						
025																										
				share/p/1CMe					a																Eficienci	
				qiu																						
8	Facebo	24/09/2		https://www.facebook.com/										Reactiv	B								Sí	Alta	1	
0	No	No	Incentivos / Apoyo social						ok		025	share/p/1EznA		a CE 9	Facebo	24/09/2										
https://www.facebook.com/									Informa	A				Sí	Alta	0	0	No	No	Seguridad /						
Delincuencia ok		025																								
				share/p/1G2uv					tiva																organ	
				VY 10	Facebo	24/09/2								https://www.facebook.com/									Reactiv	A		
	Sí	Alta	0	0					No	No	Control / Cero tolerancia			ok	025	share/p/1ZrK8							a Ag 11	Facebo		
24/09/2			https://www.facebook.com/						Informa	B				Sí	Alta	0	0	No	No							
Presencia / Gobernabilida ok			025																							
				share/p/1CBr					tiva																d	
				mmi 12	Facebo	25/09/2								https://www.facebook.com/									Preven	B		
	Sí	Alta	0	0					No	No	Mediación / Diálogo			ok	025	share/p/1Eteg							tiva vo 13	Facebo		
26/09/2			https://www.facebook.com/						Informa	B				Sí	Alta	120	0	No	Sí							
Legitimación / Competencia ok			025	share/p/1F4K2					tiva Tx 14					Instagr	26/09/2					https://www.instagram.com/						
Informa	B			Sí	Alta	4	0			No	No			Institucionalidad am						025 p/DPE_hEfCR				tiva BT/		
15	X	30/09/2		https://x.com/goberimbabur										Reactiv	B					Sí	Alta	1	0			
	No	No	Diálogo participativo																							
	(Twitte	025																								
	r)			a/status/19730					a																	

16 Facebo 0 30/09/2 No No https://www.facebook.com/ Concertación ok 025 share/p/1ePmf Informa tiva B Sí Alta 13 ge

17 Instagr 0 30/09/2 No No https://www.instagram.com/ Transparencia / Diálogo Ev2/ Preven tiva B Sí Alta 0 am 025 p/DPPBNDyA

18 X (Twitte r) 30/09/2 No No https://x.com/goberimbabur Deslinde de responsabilida a/status/19731 Informa tiva A d Sí Alta 1 0 025

19 Facebo 0 30/09/2 No No https://www.facebook.com/ Legalidad / Paz social ok share/p/1DqrZ 3i Reactiv a A Sí Alta 41 025

20 Instagr 30/09/2 https://www.instagram.com/ Reactiv A Sí Alta 2 0 No No Orden / Sensatez am 025 p/DPPfH_Cic a bK/

21 X (Twitte r) 03/10/2 No Sí https://x.com/goberimbabur Humanización / Compromiso a/status/19742 Informa tiva D de p Sí Alta 1 0 025

22 Facebo 03/10/2 https://www.facebook.com/ share/p/1Bh96 Informa tiva D Sí Alta 6 0 No Sí Defensa de la vida ok 025

5R 23 Instagr 03/10/2 https://www.instagram.com/ Informa D Sí Alta 0 0 No Sí Salud / Protección de am 025
p/DPXHjlQiR NN/ tiva la vida

24 X (Twitte r) 04/10/2 No Sí https://x.com/goberimbabur Solidaridad / Paz a/status/19746 Informa tiva D Sí Alta 1 0 025

25 Facebo 04/10/2 https://www.facebook.com/ share/r/1D49T Reactiv a D Sí Alta 430 0 No Sí Solidaridad / Condena a ok 025 violen

mS 26 Instagr 04/10/2 https://www.instagram.com/ Preven D
Sí Alta 3 0 No Sí Paz / Rechazo al vandalismo am 025 reel/DPaL3dy tiva AK

27 Facebo 07/10/2 https://www.facebook.com/ Informa B Sí Alta 5
0 No No Compensación social ok 025 share/p/1E1h tiva HtE 28 Facebo 07/10/2
https://www.facebook.com/ Reactiv A Sí Alta 2 0 No No Legalidad /
Judicialización ok 025 share/p/19pG8 a aS

29 Facebo 0 07/10/2 No No https://www.facebook.com/ Incentivos directos ok or4 025 share/p/1BQA Informa tiva B Sí Alta 1

30 X (Twitte r) 09/10/2 No No https://x.com/goberimbabur Frente común / Seguridad a/status/19763 Preven tiva C local Sí Alta 1 0 025

31 Facebo 0 09/10/2 No No https://www.facebook.com/ Protección del comercio / Paz ok 025 share/p/1C7wt Informa tiva C Sn Sí Alta 5

32 Instagr 0 09/10/2 No No https://www.instagram.com/ Coordinación local am 025 p/DPmkWW4 Informa tiva C CXHN/ Sí Alta 4

33 X (Twitte r) 13/10/2 No No https://x.com/goberimbabur Suministro transparente / a/status/19778 Informa tiva B Segu Sí Alta 1 0 025

34 Facebo 0 13/10/2 No No https://www.facebook.com/ Gestión eficiente / ok 025 share/p/1JLuj9 Informa tiva B Sí Alta 5 Abastecimi

e

| | | |

53	Instagr	23/10/2	https://www.instagram.com/	Informa	B	Sí	Alta	0						
	0	No No	Trabajo con hechos am 025 p/DQKvSZgg	tiva	LxW/ 54	Instagr	25/10/2							
	https://www.instagram.com/		Informa	D	Sí	Alta	0	0	No No					
	Estabilización / Justo reparto am 025 p/DQPRyGTg		tiva	OKo/										

Nota. Tipo 1 = reactiva, 2 = informativa, 3 = preventiva. Tono A = defensivo, B = técnico, C = conciliatorio, D = empático. Transparencia V = verificable, I = incompleta. PI = portavoz identificable (S/N). Consistencia alta, media o baja. Resp. oficiales = comentarios respondidos por la cuenta oficial dentro de las 24 horas. Hilo = respuesta institucional en el hilo (S/N).

Las piezas de la página web no admiten comentarios. No se identificaron réplicas de un mismo contenido entre plataformas. Elaboración propia.

Registro de eventos críticos y cálculo del tiempo de respuesta

N.º	Evento crítico	Fecha del evento	Horas transcurridas hasta la primera publicación institucional
1	Desbordamiento de las movilizaciones en Otavalo, con la quema de una unidad policial y de vehículos oficiales	22/09/2025	8,3
2	Renuncia del gobernador Luis Efraín Amaguaña	22/09/2025	0,3
3	Muerte de Efraín Fuerez en el sector del puente Ilumán	28/09/2025	22,0
4	Declaración de la vocera del Gobierno sobre el carácter de las protestas	29/09/2025	1,2
5	Invasión de una finca florícola en Cotacachi	06/10/2025	—
6	Herida mortal de José Alberto Guamán durante los disturbios en Otavalo	14/10/2025	—
7	Acuerdo entre las organizaciones indígenas y el ministro del Interior en Otavalo	15/10/2025	6,0
Promedio	(8,3 + 0,3 + 22,0 + 1,2 + 6,0) / 5 = 37,8 / 5		7,6 horas

Nota. Las horas transcurridas son la diferencia entre la hora de la primera publicación institucional y la hora del evento, con base en la fecha y hora de cada hecho reportadas por prensa y en la hora de publicación de la pieza correspondiente. El promedio se calcula sobre los cinco eventos con publicación referida. Elaboración propia.

Anexo 4. Base de datos de la encuesta

Este anexo reúne el diccionario de variables de la encuesta, la base anonimizada de las 384 respuestas, la matriz de codificación de la pregunta abierta y las salidas de los cálculos de confiabilidad y correlación. La base no contiene nombres, correos ni otros datos que permitan identificar a los participantes, y cada registro se identifica con un código correlativo.

Nota. Los archivos que respaldan este anexo se entregan junto con la tesis: Base_anonimizada_encuesta_Tally_n384.xlsx (384 casos analizados) y Base_anonimizada_encuesta_Tally.xlsx (387 casos recibidos, para la comprobación de sensibilidad de la sección 2.5.1); Matriz_codificacion_P24.xlsx (codificación de la pregunta abierta); Matriz_analisis_contenido_codificada.xlsx (las 54 publicaciones del corpus); analisis_fiabilidad_correlaciones.py y su salida Respaldo_fiabilidad_correlaciones.xlsx (alfa de Cronbach, correlaciones de Spearman y el análisis de sensibilidad n=384 vs. n=387). Cada archivo se referencia aquí por su nombre exacto.

Diccionario de variables

Variable	Contenido	Tipo	Valores y codificación
ID	Código del participante	Texto	E001 a E384
P1	Rango de edad	Ordinal	1 = 18-25; 2 = 26-35; 3 = 36-45; 4 = 46-55; 5 = 56 o más
P2	Zona de residencia	Nominal	1 = urbana; 2 = rural
P3	Cantón de residencia	Nominal	1 = Ibarra; 2 = Otavalo; 3 = Cotacachi; 4 = Antonio Ante; 5 = Pimampiro; 6 = Urcuquí
P4	Medio principal de información	Nominal	1 = Facebook; 2 = X; 3 = Instagram; 4 = TikTok; 5 = web institucional; 6 = radio; 7 = televisión; 8 = medios digitales locales; 9 = conversaciones personales
P5	Frecuencia de revisión de la información de la Gobernación	Ordinal	1 = nunca; 2 = rara vez; 3 = a veces; 4 = frecuentemente; 5 = siempre
P6	Claridad	Likert	1 = totalmente en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4 = de acuerdo; 5 = totalmente de acuerdo
P7	Oportunidad	Likert	Igual que P6
P8	Comprensión de la situación	Likert	Igual que P6
P9	Coherencia entre mensajes y acciones	Likert	Igual que P6
P10	Transparencia en el manejo de las crisis	Likert	Igual que P6
P11	Reducción de la incertidumbre	Likert	Igual que P6
P12	Empatía	Likert	Igual que P6
P13	Confianza generada por la información	Likert	Igual que P6
P14	Transparencia en los mensajes durante las protestas	Likert	Igual que P6
P15	Disminución de la tensión social	Likert	Igual que P6
P16	Influencia en la confianza hacia la institución	Likert	Igual que P6; un valor alto indica mayor influencia
P17	Afectación de la reputación	Likert	Igual que P6; un valor alto indica mayor afectación
P18	Deterioro de la imagen institucional	Likert	Igual que P6; un valor alto indica mayor deterioro
P19	Confianza actual en la información oficial	Likert	Igual que P6
P20	Percepción actual positiva	Likert	Igual que P6
P21	Calificación global de la comunicación	Ordinal	1 = muy mala; 2 = mala; 3 = regular; 4 = buena; 5 = muy buena
P22	Influencia de la comunicación en la percepción	Ordinal	1 = nada; 2 = poco; 3 = medianamente; 4 = mucho
P23	Principal debilidad de la comunicación	Nominal	1 = falta de oportunidad; 2 = falta de transparencia; 3 = falta de empatía; 4 = falta de coherencia; 5 = falta de claridad; 6 = otra
P24	Aspecto que debería mejorar	Texto	Respuesta abierta anonimizada
P24_cod	Categorías asignadas a P24	Nominal múltiple	1 = valoración general o sugerencia de mejora; 2 = oportunidad; 3 = empatía; 4 = transparencia; 5 =

	claridad; 6 = canales; 7 = confianza; 8 = disponibilidad; 9 = kichwa y públicos específicos; 10 = vocería

Nota. Elaboración propia a partir del cuestionario del Anexo 1.

Base anonimizada de las 384 encuestas analizadas (de las 387 recibidas; no se incluyeron los 3 últimos registros recibidos tras alcanzar el tamaño muestral planeado; una comprobación de sensibilidad confirmó que los resultados no cambian de manera relevante al incluirlos (ver sección 2.5.1)), exportada de Tally el 24 de octubre de 2026 y codificada en respuestas.xlsx (hoja "Base"), archivo que acompaña a este trabajo de titulación.

Salida del alfa de Cronbach (ítems P6 a P15, n = 384): k = 10; $\Sigma s^2_i = 6{,}22$; $s^2_t = 31{,}01$; $\alpha = (10 / 9) \times (1 - 6{,}22 / 31{,}01) = 0{,}89$. Varianzas por ítem: P6 = 0,61; P7 = 0,46; P8 = 0,65; P9 = 0,47; P10 = 0,50; P11 = 0,45; P12 = 0,51; P13 = 0,91; P14 = 0,90; P15 = 0,77.

Salida de las correlaciones de Spearman de la Tabla 8 (n = 384 en todos los pares): P7↔P10, rho = 0,715, $p = 2{,}3 \times 10^{-61}$; P10↔P19, rho = 0,520, $p = 6{,}2 \times 10^{-28}$; P12↔P21, rho = 0,464, $p = 6{,}9 \times 10^{-22}$; P6↔P19, rho = 0,537, $p = 5{,}2 \times 10^{-30}$; P7↔P19, rho = 0,560, $p = 4{,}4 \times 10^{-33}$; P12↔P19, rho = 0,548, $p = 1{,}7 \times 10^{-31}$; P5↔P22, rho = −0,037, p = 0,467. Cálculo realizado en R Studio sobre la base del Anexo 4.

Matriz de codificación de la pregunta abierta P24, con el código de cada participante, su respuesta y las categorías asignadas; se señalan aparte las respuestas con más de un código. Se entrega en archivo digital anexo, dado su extensión de 384 filas.

Anexo 5. Evidencia fotográfica de la aplicación de instrumentos



Evidencia fotográfica de entrevista realizada



Evidencia de encuestas aplicadas